2024 MEMORIA ANUAL

JOCKEY PLAZA



Juan José Calle Quirós – Gerente General

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. (en adelante "Jockey Plaza" o "la compañía") durante el año 2024. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, el firmante se hace responsable de su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.

CARTA
GERENTE GENERAL

El 2024 ha sido un año que marcó un nuevo capítulo en la historia del Jockey Plaza. Consolidamos nuestra posición como el centro comercial más influyente del país y nos reafirmamos como la puerta de entrada de las marcas globales que buscan ingresar al mercado latinoamericano.

Entre los hitos más relevantes del año destaca la reubicación del Centro Financiero a un espacio donde se han inaugurado agencias bancarias de vanguardia. Ello permitió transformar más de 4,500 m^2 para dar la bienvenida a las primeras tiendas en Sudamérica de las marcas del grupo Inditex: Massimo Dutti, Stradivarius y Oysho, además de la nueva tienda de Zara Home. Asimismo, incorporamos 68 nuevas marcas, de las cuales 20 eligieron al Jockey Plaza para ingresar al Perú.

Uno de los avances más notables fue el fortalecimiento de nuestra oferta en los segmentos de lujo con la incorporación de Dolce & Gabanna que abrirá sus puertas a mediados del 2025 y marcas premium , entre las que destacan , su Michael Kors, Dyson, Creed, El Ganso, Dior Beauty y Scalpers. Todas ellas, marcas que elevaron el estándar de nuestro mix comercial, ofreciendo propuestas diferenciadas y alineadas con las expectativas de nuestros visitantes.

En el Jockey Plaza, entendemos que la clave para mantenernos vigentes es la constante renovación. Por ello, reconvertimos espacios estratégicamente para que nuestro mix comercial, no solo sea más atractivo para nuestros visitantes, sino también más eficiente y rentable para nuestros locatarios. Esta dinámica de mejora continua nos ha permitido cerrar el año con una vacancia orgánica de 0.5%, uno de los indicadores más sólidos de la industria.

En Jockey Plaza los espacios se transforman permanentemente, siendo el cliente el centro de las decisiones. Es así, que este año nos propusimos ofrecer experiencias memorables, procurando hacer de cada visita algo único; las propuestas inmersivas como Blow Up y la exposición de Frida Kahlo, conjugaron lo vivencial, con emociones y cultura. Al mismo tiempo, ampliamos nuestra propuesta gastronómica para responder a nuevos estilos de vida, incorporando marcas como Dulce Luna, Yopo, Don Mamino, Freddo y la ampliación de Delicass.

El Jockey Plaza es hoy mucho más que un centro comercial, es un espacio que evoluciona con la comunidad, que innova con visión y que opera con responsabilidad. Trabajamos día a día para ofrecer un entorno seguro, inclusivo y sostenible, donde las marcas crecen, los clientes se sienten parte de un ecosistema amigable y nuestro equipo de colaboradores se desarrolla y transforma.

Agradezco profundamente a nuestros locatarios, aliados estratégicos, a nuestros visitantes, por ser parte de esta historia en constante evolución, al equipo humano que me acompaña, y a nuestros accionistas y directores por sostener la visión estratégica que lidero, la cual nos permite seguir siendo el centro comercial referente del sector.

CONTENIDO

01. NEGOCIO

02. INFORMACIÓN FINANCIERA

03. ANEXOS

04. INFORMACIÓN RELATIVA AL MERCADO

05. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

06. GOBIERNO CORPORATIVO

01.

JOCKEY PLAZA

NEGOCIO

1.1. Datos Generales

1.1.1. Denominación:

Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A.,
con Registro Único de Contribuyente N°20306841506.

1.1.2. Nombre Comercial:
Jockey Plaza

1.1.3. Domicilio, Número de Teléfono:

El domicilio de la Compañía está ubicado en la Av. Javier Prado Este Nro. 4200, Urb. Fundo de Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, República del Perú. El número telefónico es el 716-2000.

1.1.4. Constitución e Inscripción en los Registros Públicos

El Centro Comercial Jockey Plaza inició sus operaciones bajo la administración de la empresa Centros Comerciales del Perú S.A. (en adelante Centros Comerciales), empresa constituida mediante escritura pública de fecha 24 de octubre de 1995, otorgada ante Notario Público de Lima, Dr. Percy Gonzáles Vigíl Balbuena. Posteriormente, mediante Escritura Pública de fecha 20 de enero de 2011, otorgada ante Notario Público de Lima Santos Alejandro Collantes Becerra, la Compañía, en calidad de sociedad absorbente, se fusionó con Centros Comerciales, asumiendo a título universal y en bloque el patrimonio de esta última, fusión que consta inscrita en la partida registral de la Compañía.

La Compañía consta inscrita en la Partida Electrónica N° 01617230 del Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de Lima y es la empresa que actualmente administra el Centro Comercial Jockey Plaza.

A la fecha de la presente Memoria, Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. tiene como principales accionistas a las empresas:

- Inmobiliaria del Alto Lima S.A., con una participación de 78.08% del capital de la compañía, cuyo objeto es el desarrollo de actividades inmobiliarias y administración de centros comerciales; e
- Inversiones FBA S.A.C., con una participación de 21.07% del capital de la compañía, cuyo objeto es el financiamiento y desarrollo de inversiones en diversos rubros.

Principales accionistas

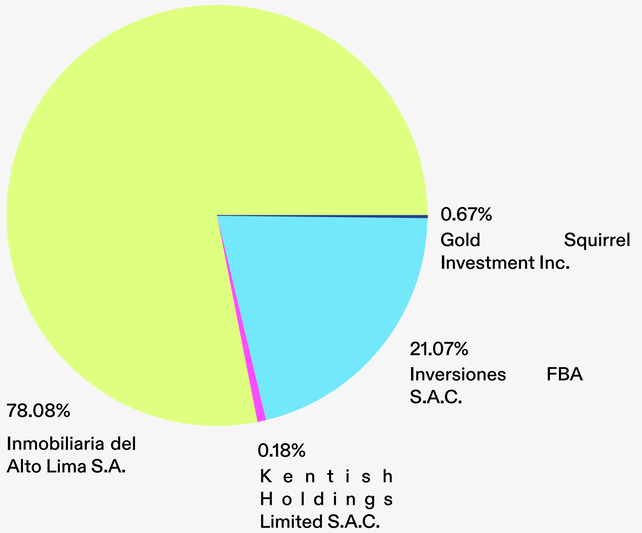


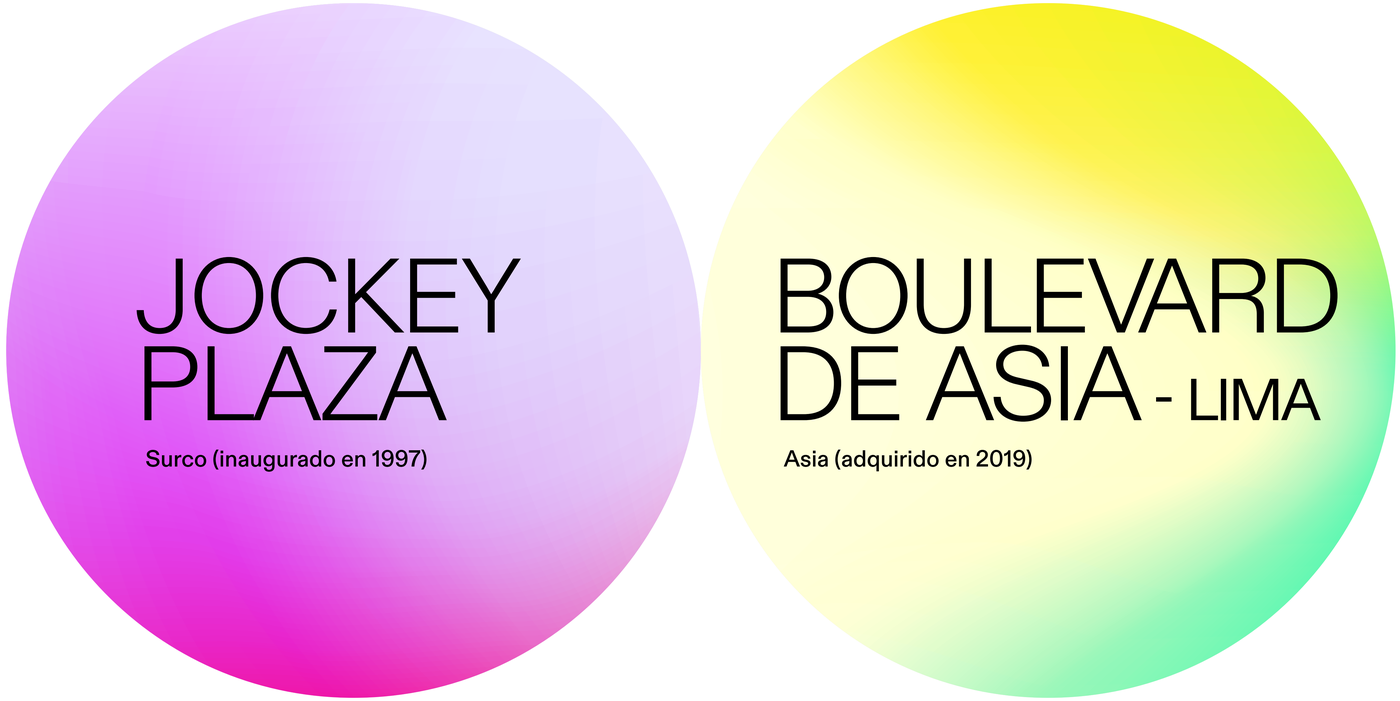
Gráfico 1

Por otro lado, la Compañía ejerce el cargo de Gerente General en las siguientes empresas:

- New Company del Perú S.A.: Dedicada a desarrollar actividades inmobiliarias.
- Compañía de Inversiones y Proyectos Inmobiliarios Portezuelo S.A. (Sucursal del Perú): Dedicada a prestar servicios inmobiliarios, como el arriendo y la administración de bienes inmuebles.
- Inversiones Castelar S.A.C.: Dedicada a la compraventa, arrendamiento y demás actos relativos a la comercialización de bienes inmuebles propios o de terceros.

1.1. Datos Generales

Ubicación de los Centros Comerciales del Grupo



1.1.5. Capital Social & Estructura Accionaria

A la fecha de la presente Memoria, el capital social del Jockey Plaza asciende a la suma de S/ 206´525, 739.00 (Doscientos Seis Millones Quinientos Veinticinco Mil Setecientos Treinta y Nueve y 00/100 Soles), dividido en 206 525 739 acciones comunes de un valor nominal de S/ 1,00 (Un Sol) cada una, íntegramente suscritas y pagadas.

Capital Social en S/	Acciones
206´ 525, 739.00	206 525 739

El capital social del Jockey Plaza se encuentra distribuido entre sus accionistas que cuentan con una participación mayor a 5% de la siguiente manera:

Accionistas	Cantidad de acciones	Participación	Nacionalidad
Inmobiliaria del Alto Lima S.A.	161 256 980	78.08%	Panamá
Inversiones FBA S.A.C. (antes Inversiones Puerto Nuevo S.A.)	43 513 788	21.07%	Perú

La Compañía forma parte del Grupo Económico Altas Cumbres, grupo chileno conformado por empresas de reconocida trayectoria y dedicadas principalmente a actividades inmobiliarias, siendo su actividad más relevante la administración del Centro Comercial Jockey Plaza.

Entre las principales empresas que forman parte de este grupo económico destacan como las más importantes:

Inversiones Castelar S.A.C.: Empresa propietaria del Centro Comercial Boulevard de Asia, dedicada a la compraventa, arrenda- miento y demás actos relativos a la comercialización de bienes inmuebles propios o de terceros.

New Company del Perú S.A.: Dedicada a desarrollar actividades inmobiliarias, prestación de servicios de administración de Centros Comerciales; promoción y organización de ferias, de eventos culturales, musicales, deportivos, entre otros.

Compañía de Inversiones y Proyectos Inmobiliarios Portezuelo S.A. (Sucursal del Perú): Dedicada a prestar servicios inmobiliarios, como el arriendo y la administración de bienes inmuebles.

1.1.6. Composición Accionaria

A continuación, se detalla la distribución de las acciones con derecho a voto:

Tenencia	Número de accionistas	Porcentaje de participación
Menor al 1%	2	0.85%
Entre 1% - 5%	0	0%
Entre 5% - 10%	0	0%
Mayor al 10%	2	99.15%
Total	4	100%

1.2. Descripción de Operaciones y Desarrollo

1.2.1. Objeto Social

El objeto social del Jockey Plaza es la prestación de servicios inmobiliarios en general, incluyendo pero no limitándose a la compra venta, adquisición o enajenación, bajo cualquier título, de bienes inmuebles; la administración y/o explotación de bienes inmuebles mediante su arrendamiento, subarrendamiento, construcción, remodelación, usufructo o cualquier otra forma de cesión en uso o disfrute, incluyendo los bienes muebles, instalaciones, equipos o maquinarias que formen parte de dicho inmueble. Asimismo, el objeto del Jockey Plaza comprende el dedicarse a la compra, venta, importación, exportación, o administración de bienes muebles, así como a la prestación de servicios de administración, actividades de explotación y desarrollo de actividades de centros comerciales, con CIIU 6810.





1.2.2. Plazo del Negocio

El plazo de duración de la Compañía es indefinido.

1.2.3. Cambios de los Responsables de la Elaboración y Revisión de la Información Financiera

Durante el año 2024, no hubo cambios en los responsables de la elaboración y revisión de la información financiera de Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. manteniéndose a cargo la Sra. Juana Rodríguez Cajas, Sub Gerente de Contabilidad.

Asimismo, se mantuvieron como Auditores Externos para el ejercicio 2024 a Gaveglio Aparicio y Asociados Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada, firma miembro de Price Waterhouse Coopers International Limited – PwC.

1.2.4. Evolución de las Operaciones

1997

El 17 de Abril de 1997, el Centro Comercial Jockey Plaza inició operaciones como el primer gran Centro Comercial del Perú. Hasta ese momento, los centros comerciales en el Perú se manejaban como operaciones inmobiliarias en las que el desarrollador vendía las tiendas y los dueños las arrendaban u operaban directamente, manejando de manera conjunta la administración del Centro Comercial. El Jockey Plaza cambió este modelo por uno de administración centralizada en el que el desarrollador arrienda los locales y administra el Centro Comercial para optimizar el servicio que se ofrece a los clientes. En su apertura, el Jockey Plaza contaba con 161 locales y más de 50,000 m2 comerciales.

El mix comercial tenía como base cuatro tiendas ancla, entre ellas un supermercado (Santa Isabel, que luego cambiaría a Plaza Vea), una tienda de mejoramiento del hogar (Ace Home Center, que luego cambiaría a Maestro), Ripley (su primera tienda fuera de Chile) y Saga Falabella (la primera departamental construida por Falabella en Perú, ya que a ese momento sólo contaban con dos tiendas antiguas ex SAGA).
Posteriormente se fueron incorporando nuevas marcas y operadores que cubrirían las expectativas de los consumidores peruanos, como la cadena de multicines Cinemark, Tommy Hilfiger y Starbucks, así como una oferta de entretenimiento moderna como un Bowling que ocupaba un área aproximada de 2,500 m2.



2001

En el año 2001, se realizó la primera ampliación, añadiendo 7 tiendas adicionales en una nueva plazuela denominada Plaza Cielo y generando una conexión peatonal hacia el estacionamiento sur. Además, se convirtió una parte del área de estacionamientos techados, que conectaba el primer piso de Ripley con Cinemark, en una nueva área comercial denominada La Plazuela.



2006

A partir del año 2005, se decide hacer un mayor énfasis en locatarios que traigan marcas únicas en lugar de abrir tiendas multimarcas. El objetivo era brindar a los clientes el mismo look-and-feel en el Jockey Plaza que el que podían tener al visitar una tienda de una marca internacional en el extranjero. De esta forma llegan marcas como Kenneth Cole, Adidas y Nike. Poco antes de cumplir 10 años, en el 2006, el Jockey Plaza realizó un cambio estratégico al cambiar su marca y hacer un énfasis en la mujer Peruana como foco de su estrategia comercial. Finalmente se lanzó la Tarjeta Jockey en co-branding con Scotiabank con la finalidad de brindar más beneficios a los clientes.

2007

A fines del año 2007 se inaugura la clínica Jockey Salud con 77 consultorios médicos, cuyo objetivo era incorporar nuevos servicios al mix de oferta que se ofrecía a los clientes.

2008

En el año 2008 se publica la primera edición de la Revista J, siendo el primer Centro Comercial en lograr el lanzamiento de una revista propia, teniendo gran acogida entre los clientes quienes rápidamente se identificaron con el estilo fresco y noticias de la moda actual.



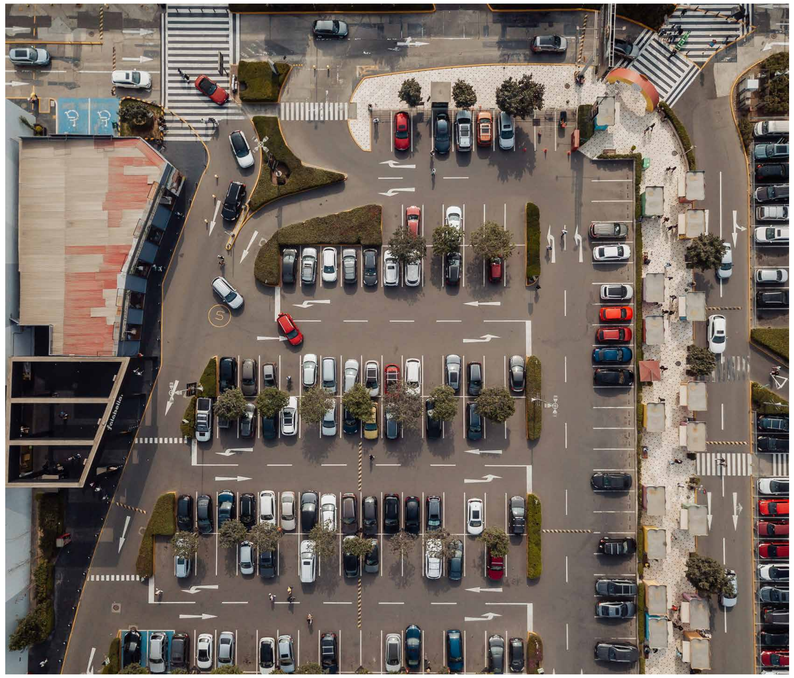


2010

La ampliación más ambiciosa desde el inicio del Centro Comercial Jockey Plaza ocurrió en el 2010 al inaugurar la primera etapa del Boulevard con 8,800 m2 incorporando marcas de lujo como Carolina Herrera, Salvatore Ferragamo, Mont Blanc, HStern y EmporioArmani. Otras importantes marcas que llegaron a la primera etapa del Boulevard fueron Calvin Klein, Bose, iStore distribuidor oficial de Apple para Perú, LEGO, entre las más conocidas. Esta ampliación renovó la imagen del Centro Comercial dado que, a diferencia de la nave central, su arquitectura era abierta al cielo, lo que permite a los visitantes disfrutar de una experiencia al aire libre en un ambiente seguro. Este proyecto trajo propuestas gastronómicas de chefs reconocidos como Gastón Acurio y Sandra Plevisani.

1.2.4. Evolución de las Operaciones















2011

En el año 2011 llegaron Tottus y Sodimac, consolidando la oferta de supermercados y mejoramiento para el hogar con un total de casi 20 mil m2 entre ambos. Además, se agrupó la oferta de servicios financieros (bancos y casas de cambio) en una sola zona, el Centro Financiero, con 5 600 m2. Asimismo, se logra concretar la salida al aire del Canal J por medio de la señal de un operador de cable, proyecto ambicioso y único en el mercado.

2012

Se inauguró la segunda etapa de la ampliación, añadiendo más de 10 500 m2 de área arrendable, dando paso a que inicie operaciones en el Perú la primera tienda de Zara. Otras importantes marcas se sumaron como Coach, Brook Brothers, Armani Exchange y Chanel.



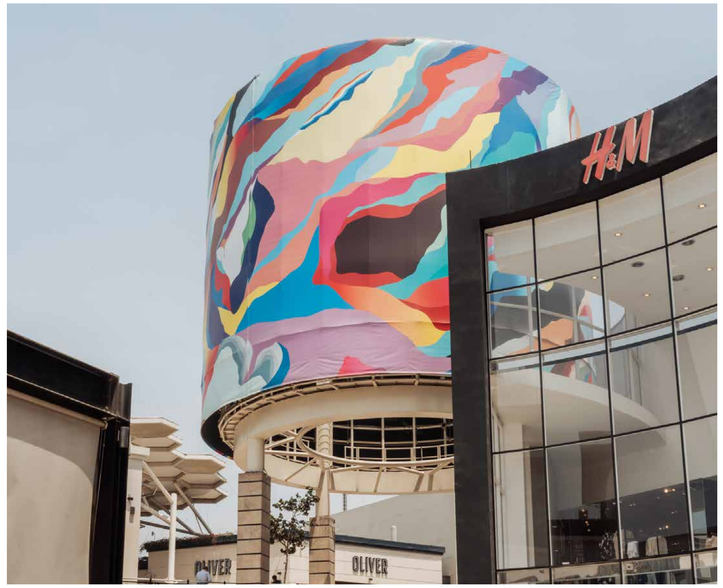


2013

Se inauguró la tercera etapa del Boulevard con 3 900 mt2 y 30 tiendas adicionales, trayendo consigo nuevas marcas como Sony, Swarovski, Carmen Steffens y Juan Valdez Café. Esta tercera etapa del Boulevard significó unir por completo la nave central con la zona de cines y el centro financiero, generando un mayor flujo de personas entre ambas zonas y potenciando con esto la venta de los locatarios. Hacia fines del mismo año se inaugura el flagship de Oechsle, la tienda más importante de dicho operador.

2015

En mayo del 2015, H&M, uno de los líderes mundiales del fast fashion, abre su tienda flagship más grande en Sudamérica con más de 4,000 m2, introduciendo su línea Home antes que en cualquier país de la región. Finalmente, en diciembre del 2015, Forever 21 abre sus puertas con más de 3,000 m2.





2016

Se concluye la remodelación del patio de comidas, convirtiéndolo en una nueva zona denominada Food Hall en donde se amplían los metros cuadrados de oferta gastronómica y se varía el mix teniendo nuevos operadores que ofrecen nuevas tendencias de comida saludable, logrando cubrir rubros con los que aún no contaba el Centro Comercial, como chifa, pollería y oferta de productos marinos, entre otros, arribando al Centro Comercial marcas como Sanurya, Segundo Muelle, Don Mamino, Pardos Chicken. y Mr. Shao.

Ese mismo año se inaugura el Nuevo Hall al que hoy se le reconoce como el Barrio, con más de 7,000 m2 y 62 nuevas marcas de reconocido prestigio nacional e internacional, entre las que destacan Adidas y iShop, así como tiendas de la talla de Reebok, Carter's (primera tienda en el Perú), Kitchen Center, Collbox, Claire de Lune y Levi's Kids.

2017

Se repotencia la oferta comercial con el regreso de Casa&Ideas y el arribo de marcas internacionales de la talla de Victorias Secret, Bath & Body Works, Bobbi Brown, Rayban, Superga, Women´s Secret, Boggi Milano, Purificación García, entre otras. Asimismo se crearon nuevos formatos comerciales, los denominados Pop Up, enfocados en concentrar a las marcas que definen tendencias y mantienen una comunidad importante que las siguen, muchas de ellas en redes sociales como Monoblock, Papa con Camote, Agua Bendita, Ayni, Fascino la Galería, Pietá y Vernácula. En el mes de noviembre de ese año, se inaugura una nueza zona denominada La Alameda Jockey Plaza, con 28 módulos que agrupa marcas independientes y de emprendimiento distribuidos en la parte frontal del ingreso por la avenida Javier Prado, a lo largo de 126 m2 de paseo peatonal. Ese año, la estrategia se enfocó en mejorar la experiencia del cliente. Se mejoraron las vías internas de las playas de estacionamiento, con apoyo de señalética estandarizada y sistemas de guiado, que permiten conocer en tiempo real la disponibilidad por zonas.

Asimismo, se implementó una plataforma de servicios novedosos como el APP Jockey, Whatsapp Jockey, guardacompras, entre otros.

2018

Se incluyeron 67 nuevas marcas a nuestra oferta comercial, entre ellas Miniso, Taco Bell, Haagen-Dazs, Lloyd, Barbarian, Aruma, Utilex, Joyeria Murguia, Wigman, entre otras.

El centro comercial se enfocó en tener las mejores versiones de las marcas, por lo que ese año hubo 18 ampliaciones y remodelaciones de tiendas, tales como la ampliación de Adidas con la mejor tienda del país y última tecnología y la primera tienda certificada mundialmente de LEGO.

Asimismo, se abrió las puertas a nuevas categorías y marcas de deporte y bienestar que siguen reforzando el mix comercial, tales como: KO Urban Detox Center, EBAC Escuela de Danza, Espressate Vegan, Saori y la escuela de modelaje MODELAB. Estas son parte de una nueva tendencia a nivel mundial, enfocada en el cuidado personal.

A fines del 2018, se incorpora una nueva zona de más de 500 m2 de entretenimiento con Jump Spot, teniendo las primeras camas saltarinas gigantes del país. Asimismo, se incorporaron nuevos servicios dirigidos a mejorar la experiencia del cliente, tales como el Jockey to Go, Lactario, Fortachones Jockey, Jockey Bus, entre otros.



2019

Ingresaron 59 nuevas marcas, así como también se llevaron a cabo importantes inauguraciones, tales como el relanzamiento de la nueva tienda Zara con 3,000 m2 convirtiéndose en la tienda más grande, más moderna y con mayores ventas de la región; Victoria´s Secret con más de 600m2, siendo la primera tienda en Perú en incluir la línea Pink, y la 2da tienda en Sudamérica con este formato; Nike remodeló su tienda para convertirla en una impresionante flagship store de 644 m2, al igual que Calvin Klein con 400 m2 en una nueva ubicación en el Barrio.

El año 2019 termina con dos importantes inauguraciones: WeWork, con una moderna propuesta de oficinas con un área de 2,800 m2, lo que representó el ingreso de la categoría de oficinas en el centro comercial; y McDonald’s con un formato de 643 m2, que trae al Jockey Plaza la última versión de sus tiendas tecnológicas globales. Asimismo, se refuerza la propuesta de entretenimiento con FunTopia, 200 m2 de juegos infantiles de 5m de altura con laberintos, puentes colgantes y toboganes; así como, experiencia culinaria con el ingreso de La Cocina by Urban Kitchen.

2020

Comenzó con una oferta comercial consolidada, donde los primeros dos meses del año se llevaron a cabo importantes inauguraciones tales como, la tienda de Xiaomi – MiStore y Saki Poke.

En el mes de marzo, ante la rápida propagación del virus causante de a COVID-19, la Organización Mundial de la Salud declara Pandemia a nivel mundial. Es así que en Perú, el 16 de marzo el gobierno establece el inicio a nivel nacional del aislamiento social obligatorio como medida para contener la propagación del virus. Decreto Supremo N° 044-2021-PCM paralizó las actividades económicas y el tránsito de personas, autorizando solo algunas actividades denominadas esenciales. El impacto en el Jockey Plaza fue el cierre inmediato de sus puertas por casi 100 días hasta el 22 de junio, periodo en el que las únicas categorías permitidas para atender al público fueron los supermercados, farmacias, bancos y el Centro Médico Jockey Salud.

Durante esa etapa de confinamiento se tuvieron que negociar acuerdos con casi todos los locatarios, arribando a reducciones en los arriendos mensuales, de tal manera que se preservara la permanencia de los negocios, a la vez que se generaba un flujo de ingresos al centro comercial para cubrir los gastos corrientes y obligaciones contractuales.

Desde la reapertura en junio y hasta diciembre del 2020 hubo categorías que recuperaron rápidamente su nivel de ventas y



empezaron a alcanzar resultados positivos, tales como las Deco y Deporte. Lamentablemente, algunos locatarios dejaron el centro comercial; entre los más significativos a nivel de metros cuadrados, está la tienda por departamento París.

No obstante ello, y gracias al buen posicionamiento del Jockey Plaza en su industria, en el mismo periodo, se registró el ingreso de 62 nuevas marcas, tales como Huawei, Mi Farma, Depilarte e Inbox; inauguraciones de nuevos formatos como Kitchen Center, e incluso marcas como Adidas apostaron por incorporar nuevos locales a su mix comercial con el lanzamiento de Adidas Kids en la nave central.

Dentro de los nuevos ingresos, se sumaron un amplio portafolio de marcas emprendedoras tales como: Lima Bonita, Luvaro, Fasce, Petit Boutique, Lady Posh, Lou Botanicals, Lima Puzzle, Valentina Armas, entre otras.

Se logró consolidar la oferta comercial para niños, incorporando reconocidas marcas de esta categoría, como Rookie (tienda de Nike para niños), la marca colombiana Offcorss y la marca brasilera de calzado infantil BIBI. Adicionalmente, se contó con 17 remodelaciones y reubicaciones de tiendas, entre ellas cabe mencionar Hush Puppies, Starbucks, Porta, Kallma, Crocs, The Friend of Pablo, Reebok, entre otras.

Todo lo acontecido en el 2020 confirmó que Jockey Plaza cuenta con las mejores versiones de las mejores marcas.

Se cerró el año 2020 con la puesta en marcha de un Outlet, que dio oportunidad para que más de 50 marcas presentaran su oferta de productos durante la campaña navideña.

1.2.4. Evolución de las Operaciones













2021

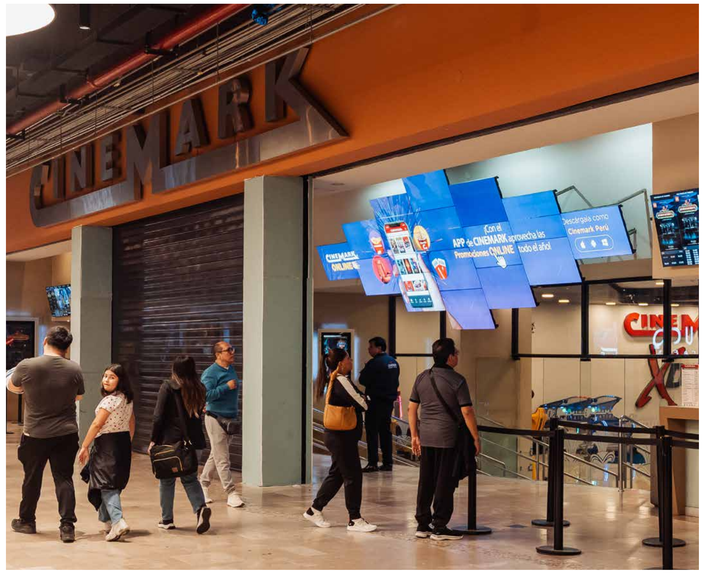
Empezó con gran expectativa ante el aparente regreso a la normalidad por el control de la Pandemia en los últimos meses de 2020, pero se presentaron tres factores que volvieron a configurar un entorno complejo para los negocios: i) cuarentena total en el mes de febrero, ii) incertidumbre política y iii) volatilidad del tipo de cambio. El Jockey Plaza, enfocado en preservar la salud del Centro Comercial y de toda la comunidad que lo compone, mantuvo una gestión comercial personalizada con cada uno de los locatarios, negociando facilidades mientras se regularizaba paulatinamente el nivel de ventas.

A pesar del complicado contexto, se logró el ingreso de 41 nuevas marcas del Centro Comercial. Entre los ingresos más importantes del año tuvimos que en mayo del 2021 la marca española Bimba y Lola, inauguró su primera tienda propia en Perú. Posteriormente, en el mes de julio ingresó la reconocida marca de lujo francesa: Louis Vuitton, la cual en su primer mes superó las expectativas de venta de la empresa.

Asimismo, el mall sumó a su mix de marcas emprendimientos peruanos como Estrafalario, y Nuqa, del mismo modo les dio la bienvenida a Bipolar y Butrich, propuestas de calzado y accesorios exclusivos de reconocidas diseñadoras peruanas.

A mediados de año, las categorías de entretenimiento y deporte, que se habían mantenido cerradas por mandato legal pudieron retomar sus operaciones.Es así que Cinemark, Happyland, Jump Sport, El Baúl de Antonia y KO reabieron sus puertas para que niños y adultos puedan disfrutar nuevamente de sus servicios. Además, se consolidó la oferta de servicios en nuestro centro financiero con el ingreso de Bitel y una oficina de la Superintendencia Nacional de Migraciones.

Ese año se demostró que, a pesar de todas las dificultades, el Jockey Plaza mantuvo su posición como el mejor Centro Comercial del Perú, ganándose la confianza de nuevos operadores y afianzando la relación con sus locatarios, quienes siguieron invirtiendo en nuevos proyectos a lo largo de todo el año.



2022

Se incorporan 61 nuevas marcas al mix comercial y ha trabajado en un plan de reconversión de m2, lo que dio la oportunidad de lograr el ingreso de 1,200 m2 en la categoría de deporte con Smart Fit y una nueva oferta de entretenimiento para todas las edades con Caja de Talentos y Mundo de Pelotas con 500 m2 cada uno, además de Jump Spot Kids, y Playin VR, primer local de realidad virtual.

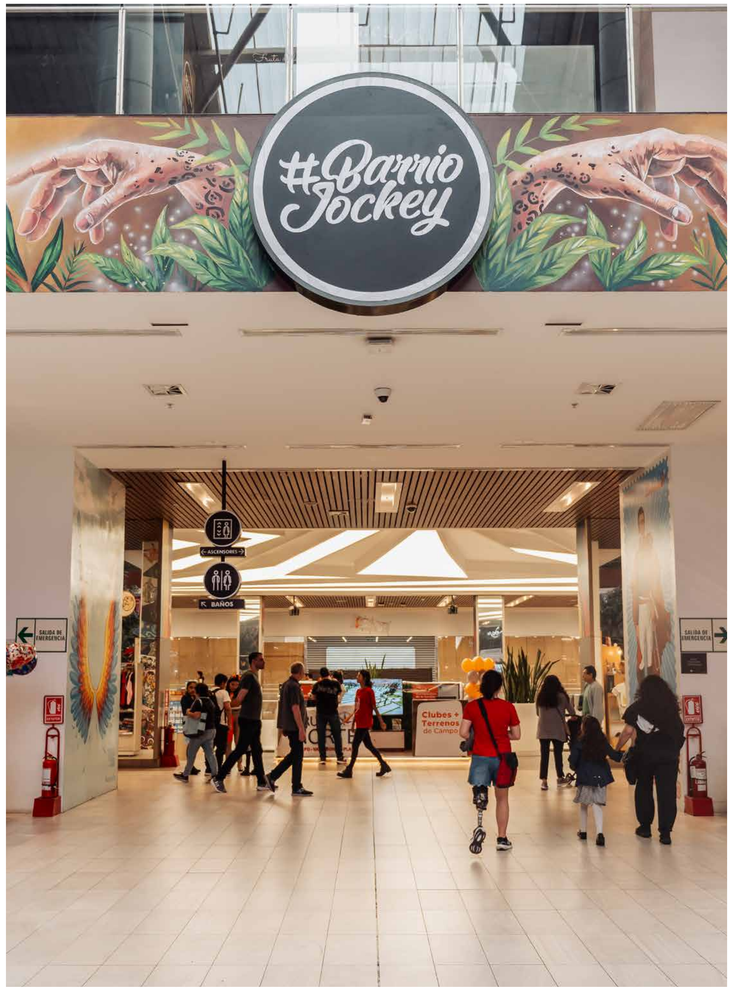
A mediados de año, se dio el crecimiento de la escuela de modelaje Model Lab, pasando de 50 a más de 300 m2, donde se incorporó una mayor oferta de talleres y clases para el público en general. Se reforzó la categoría de gastronomía; con el ingreso de Papa John´s, Otto Grill y Popeyes en el food court, así como La Piadinería, Mis Costillitas y Oak Berry, en otras zonas del mall.

Al cierre del año en conjunto con el Grupo Adidas, se abrió la primera stand alone de Terrex, marca especializada en la categoría outdoor. Del mismo modo, se inauguró dos locales con marcas muy esperadas por el público: Tai Loy con 500 m2 y Natura.

2023

La estrategia se basó en 2 pilares: reconversión del mix comercial enfocado en atender y satisfacer al nuevo cliente post-pandemia; y foco en la reducción de la vacancia. Es por ello que se sumaron 70 nuevas marcas al centro comercial, marcas tanto nacionales, como internacionales, quienes buscan aterrizar en el país y eligen al Jockey Plaza como puerta de ingreso. Entre ellas resaltan: Polo Ralph Lauren, Nespresso, PC Factory, Bsoul, Bubba Black, Lacoste, PdPaola, Viajes Falabella, entre otras. Asimismo, se logró el crecimiento de dos importantes marcas: Puma, que triplicó su metraje convirtiéndose en la tienda más icónica del país y Ishop, que creció en 50% con un renovado formato.

Se logró cerrar el año con una vacancia menor al 1%, con la consolidación de la Ex Torre Paris y la zona de Barrio, logrando la colocación de los 12,000 m2 de los 3 niveles de la Torre. En el 1er Nivel se realizó la mudanza del Centro Financiero, incorporando los nuevos conceptos de agencias de los bancos más importantes del país; en el 2do Nivel se sumó a la oferta Crisol con un local icónico de 250m2 y en el 3er Nivel Happyland desarrolló su tienda Flagship con 3,500m2, siendo la mejor propuesta de la cadena en la región. Esto permitió reforzar la categoría de entretenimiento familiar para los clientes y brindar una experiencia excepcional.



En línea con la estrategia de sostenibilidad del Mall, se destinaron dos espacios comerciales para moda circular: la tienda Las Traperas y el corner J, donde se le da espacio a distintas marcas de moda de segundo uso para que vayan rotando y así cuenten con un espacio en el centro comercial. Junto con estas propuestas, el enfoque sigue siendo hacer crecer el mercado de moda circular y buscar un futuro más sostenible en la industria del retail.

2024

Nos enfocamos en la reconversión de grandes superficies y en la diversificación de nuestra oferta comercial, dándole la bienvenida a 68 nuevas marcas en el Jockey Plaza.

Fuimos la puerta de entrada para más de 20 marcas internacionales que buscaban ingresar al país, consolidándonos como el primer centro comercial en recibirlas. Entre ellas destacan Dior Beauty, Hoff, Scalpers, Malva, Michael Kors, El Ganso, entre otras. Además, hacia finales de año, Dyson inauguró su primera tienda en el país, siendo la primera de Sudamérica, logrando récords de ventas en sus primeras semanas de operación.





Con la reubicación del Centro Financiero al primer nivel del Barrio Jockey, transformamos 4,500m² para recibir a tres marcas del Grupo Inditex: Massimo Dutti, Stradivarius y Oysho, siendo estas las primeras tiendas en el lado sur de América Latina. También celebramos la esperada ampliación de Zara Home dentro del mall. Estas aperturas alcanzaron récords mundiales de ventas en su semana de inauguración.

Debido a la gran acogida de nuestro nuevo Centro Financiero, a menos de un año de su apertura, el BCP incrementó su metraje, para tener en el Jockey Plaza una de las agencias más importantes del país.

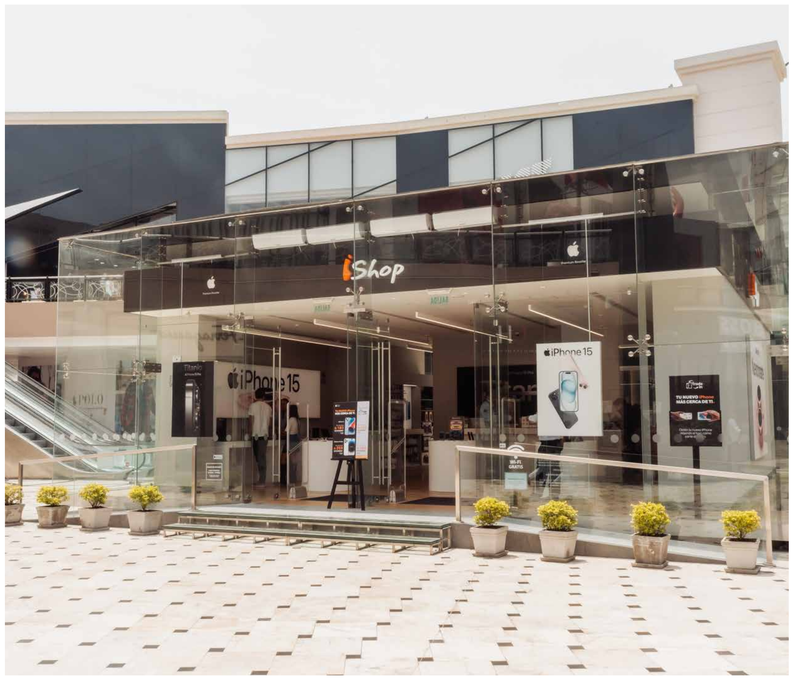
Dentro de la categoría de gastronomía, reforzamos el mix con el ingreso de Dulce Luna, La Dosis Dulce, Yopo, Don Mamino, Freddo, entre otros. Así como el crecimiento de Delicass y las remodelaciones de Pizza Hut, Chilis y Fridays.

Este año, el Jockey Plaza se consolidó como un hito en entretenimiento inmersivo, ofreciendo a nuestros clientes experiencias únicas. Blow Up deslumbró con sus estructuras inflables gigantes, transformando el espacio con color y creatividad, mientras que Frida Kahlo nos sumergió en la vida y obra de la artista.

Cerramos un año de crecimiento, innovación y experiencias inolvidables en el Jockey Plaza. La llegada de nuevas marcas, la transformación de nuestros espacios y la apuesta por el entretenimiento reflejan nuestro compromiso con la evolución del retail para ofrecer nuevas y mejores experiencias a nuestros clientes.

1.2.4. Evolución de las Operaciones





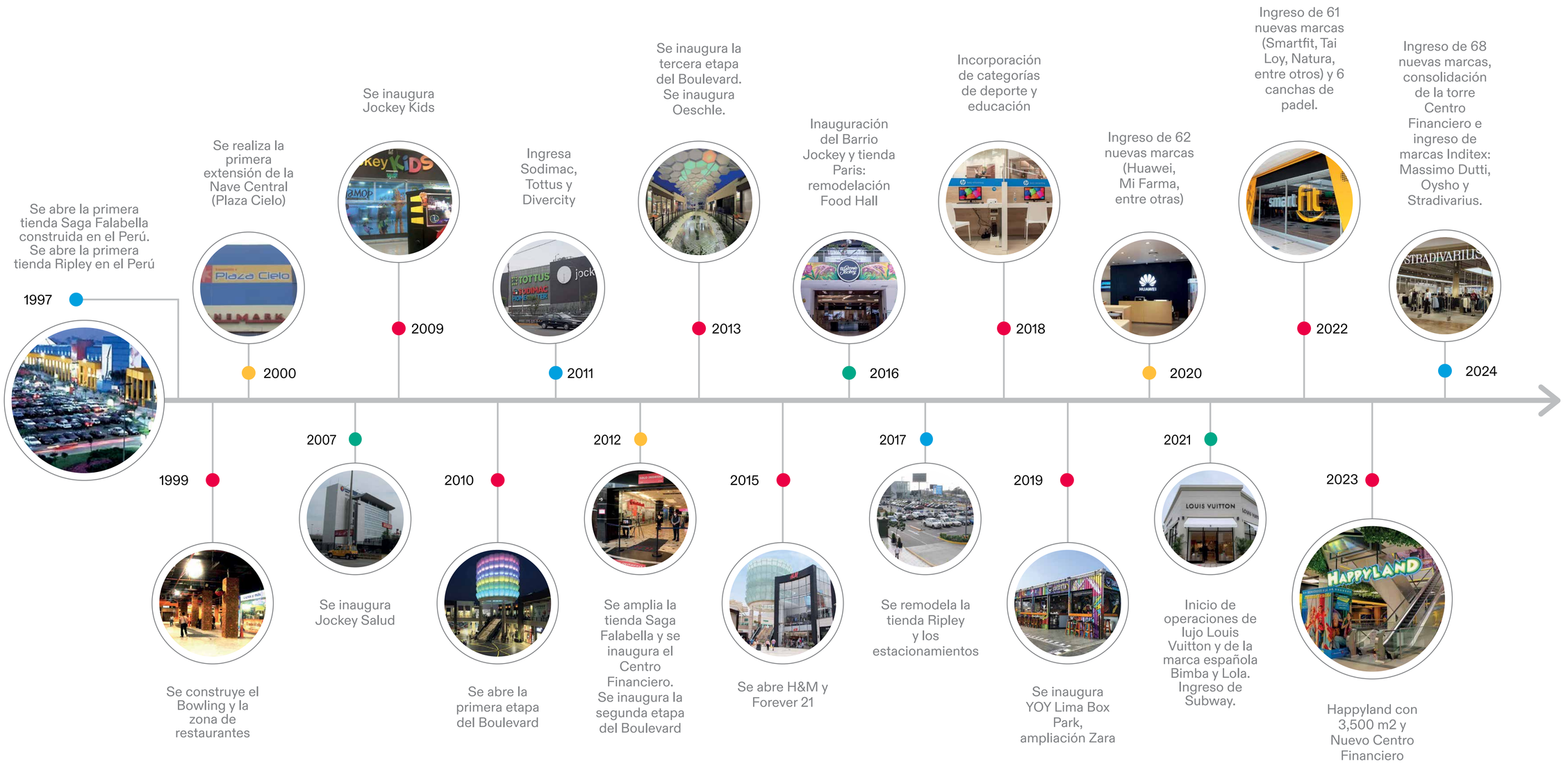






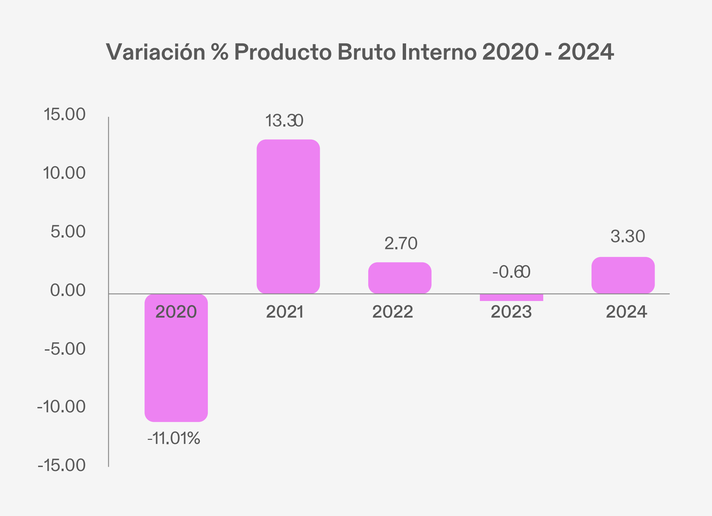


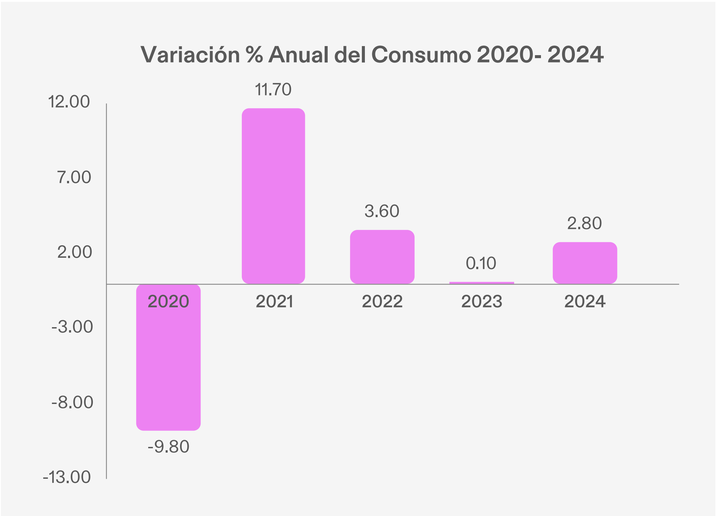
1.2.4.1. Reseña histórica

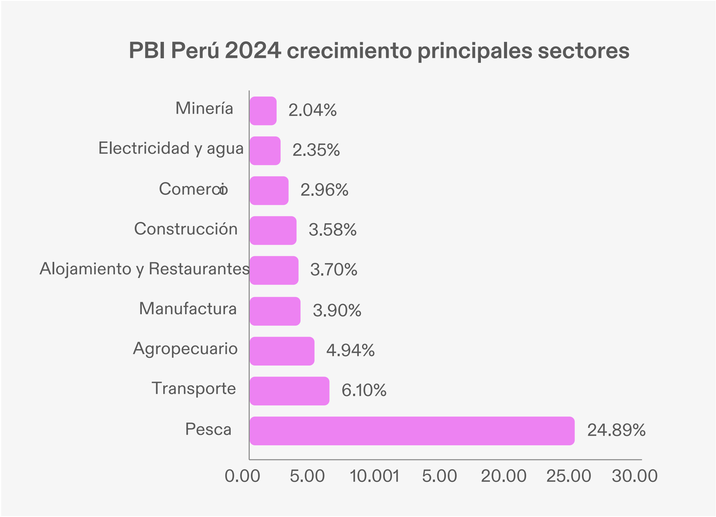


1.2.4.2. Descripción del Entorno Macroeconómico y del Sector

Entorno Macroeconómico







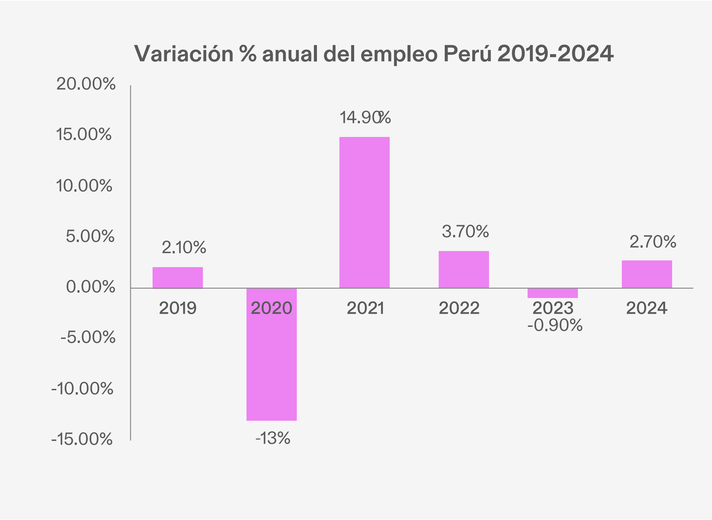
En 2024, la economía Peruana mostró señales de recuperación moderada tras la reversión de los choques climáticos como El Fenómeno del Niño y sequías que afectaron la actividad económica en 2023. Una menor inflación y tasas de interés, así como la recuperación del gasto privado y el aumento de confianza empresarial fueron los principales factores que permitieron cerrar el año con un crecimiento del PBI del 3.3%.

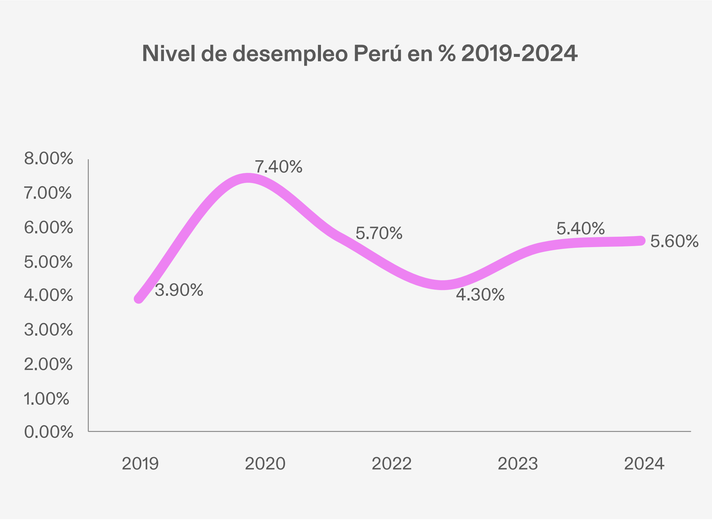
El Banco Central de Reserva del Perú destacó la recuperación del gasto, inversión y consumo privado. Por un lado, el aumento en las expectativas empresariales permitió que la inversión se incremente un 2.6%, concentrado en el sector de energía y pesca. Asimismo, el consumo de las familias tuvo un incremento del 2.8% gracias a la mejora de condiciones en el mercado laboral, que a su vez se vio favorecida por la normalización de fenómenos climáticos y menores conflictos sociales.

En cuanto a los sectores productivos, la economía Peruana mostró un comportamiento mixto. Los sectores agropecuarios, pesca y manufactura, los más afectados en 2023 por las condiciones climáticas, lograron recuperarse en 2024 con crecimientos de 4.9%, 24.9% y 3.9%, respectivamente. El sector agropecuario experimentó una mejora en la producción destinada principalmente al consumo nacional, y a su vez destacó la alta demanda de arándanos, espárragos, uvas y paltas en mercados como EE. UU. y Europa. Por su parte, el sector pesquero se recuperó significativamente, impulsado por la fuerte demanda internacional de productos como pota, langostinos, conservas de pescado y, especialmente, anchovetas, en mercados clave como Asia y Europa.

Este crecimiento se vio favorecido por la reactivación del comercio global y la diversificación de mercados. Sin embargo, factores como el aumento en los costos operativos, especialmente debido al alza en los precios del combustible, y la competencia de flotas pesqueras extranjeras, como la china, han generado preocupaciones en las comunidades pesqueras locales. Con respecto a la actividad manufacturera, esta aumentó en 3,9% en 2024 impulsada por el aumento en la producción de madera y muebles, textiles, prendas de vestir y químicos.

Entorno Macroeconómico





En contraste, el sector minero continuó enfrentando dificultades, principalmente debido a la caída en los precios internacionales de los metales y la falta de nuevos proyectos de inversión, lo que limitó el crecimiento del sector a un 2%. A pesar de ello, las exportaciones mineras mantuvieron un nivel alto gracias a la fuerte demanda internacional de cobre, evitando una caída drástica. Por otro lado, el sector servicios también mostró señales de recuperación, especialmente en actividades relacionadas con el turismo y el comercio.

Con respecto a las exportaciones peruanas, estas crecieron un 4.2%, dominadas por minerales como cobre, oro y zinc que a su vez se vieron impulsados por el aumento de los precios internacionales en estos productos. Las importaciones también aumentaron debido a la demanda interna, a la necesidad de insumos industriales y bienes de capital.

Además, la inauguración del puerto de Chancay fortaleció la conexión con Asia, reduciendo los costos logísticos y los tiempos de transporte, lo que incrementó la competitividad de las exportaciones peruanas y consolidó a Perú como un punto clave en el comercio regional.

En cuanto al mercado laboral, se observó una mejora en términos de empleo. La tasa de empleo formal creció un 2.7% en 2024, con una tendencia positiva en la formalización del empleo y una mejora en la calidad de los puestos de trabajo ofrecidos.

Entorno Macroeconómico

De igual forma, el ahorro privado creció un 2.3% por segundo año consecutivo, superando los niveles previos a la pandemia del COVID-19. Este aumento se produjo a pesar de la recuperación del consumo privado y estuvo impulsado por la mejora en el empleo y la estabilidad de la inflación. Factores como la mejora en el empleo y la estabilidad de la inflación contribuyeron a este incremento en el ahorro. Además, se observó un aumento en los depósitos de ahorro y un mayor interés en inversiones en fondos mutuos, lo que refleja una recuperación en las preferencias de ahorro de la población.

Con respecto al crédito al sector privado, en 2024 en términos nominales, este tuvo un crecimiento del 0.5%, mostrando desaceleración en comparación con el 1.3% registrado el año anterior, impulsado por préstamos a empresas para capital de trabajo e inversión, con menor expansión en sectores de alto riesgo.

Por otro lado, el crédito a hogares aumentó un 1.3%, principalmente impulsado por los mayores préstamos hipotecarios en moneda nacional, que crecieron un 6% durante el año. Así también, durante el año, los créditos por consumo mostraron una desaceleración, con tasas de crecimiento interanual que variaron de incrementos moderados a reducciones, reflejando una mayor cautela por parte de las entidades financieras debido al incremento del riesgo crediticio en este segmento.



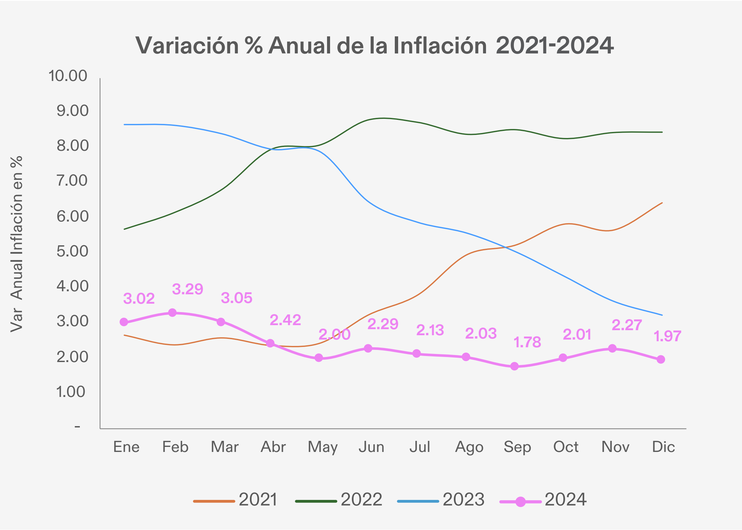
Entorno Macroeconómico
Inflación Anual

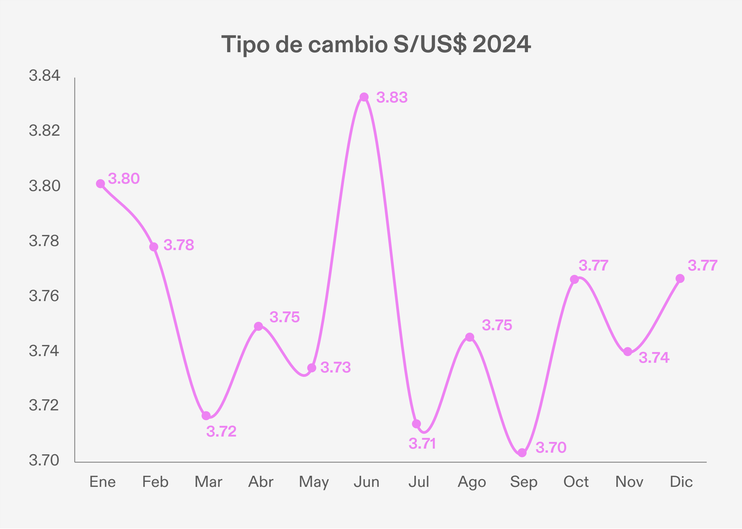
Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), la inflación en Lima Metropolitana durante 2024 fue del 2,0%, ubicándose en el centro del rango meta. Perú se posiciona como una de las economías con menor inflación en la región, incluso por debajo de algunas economías desarrolladas. Este logro destaca la efectividad de las políticas monetarias implementadas por el BCRP para mantener la estabilidad de precios en el país.

Asimismo, el tipo de cambio del sol peruano frente al dólar estadounidense mostró estabilidad con una ligera depreciación. Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), el tipo de cambio se ubicó entre S/ 3,80 y S/ 3,75 por dólar para fines de 2024.

Este comportamiento fue influenciado por las elevadas tasas de interés en Estados Unidos, que fortalecieron al dólar y generaron presiones sobre monedas de mercados emergentes. Aunque la Reserva Federal de EE.UU. realizó recortes en las tasas de interés durante 2024, situándose en un rango de 4,25% a 4,5% en Diciembre, el dólar mantuvo su fortaleza relativa.

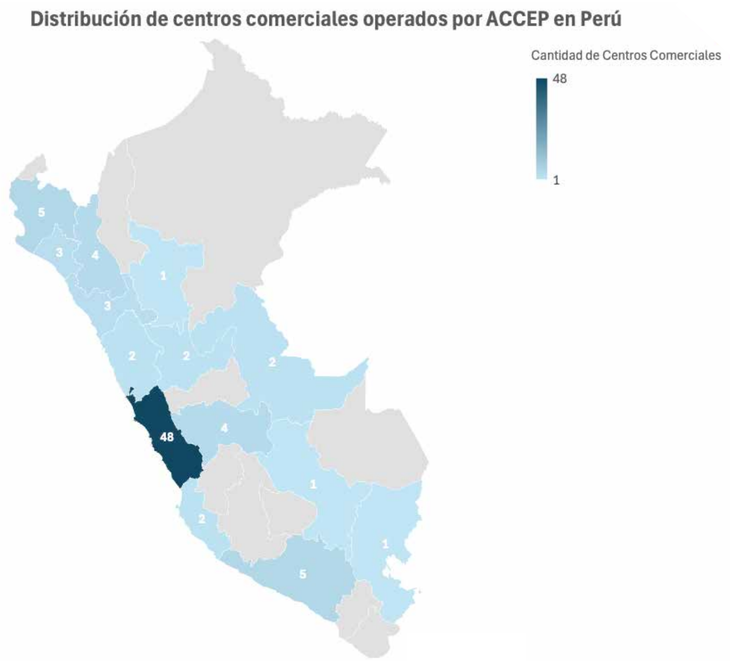
En cuanto a las tasas de interés, el Banco Central de Reserva del Perú adoptó una política gradual de reducción de la tasa de interés de referencia para estimular el crédito y el consumo. En Setiembre, la tasa se redujo en 25 puntos básicos, situándose en 5.25%. Posteriormente, en Noviembre, se efectuó un nuevo recorte de 25 puntos básicos, llevando la tasa a 5.00%. Paralelamente, el gobierno peruano implementó incentivos tributarios y programas de financiamiento para las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPE). Entre estos programas destaca el Programa de Apoyo Empresarial a las MYPE (PAE-MYPE), diseñado para promover el financiamiento de capital de trabajo y asegurar la continuidad de la cadena de pagos. Además, se llevaron a cabo eventos como el Foro Inversión MYPE 2024, organizado por el Ministerio de la Producción (PRODUCE), con el objetivo de fortalecer el acceso al financiamiento para las MYPE.





1.2.4.2. Descripción del Entorno Macroeconómico y del Sector

Sector Retail



Nota: Cantidad de centros comerciales operador por ACCEP en el Perú.
La información fue obtenida del Reporte de ACCEP 2024.

La Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. es una empresa inmobiliaria dedicada al desarrollo, administración y explotación de centros comerciales en Perú. Actualmente, gestiona el Centro Comercial Jockey Plaza en Lima y, a través de su subsidiaria Inversiones Castelar S.A.C., el Centro Comercial Boulevard Asia, ubicado en una exclusiva zona de playas de la capital.

En el competitivo sector retail inmobiliario peruano, Jockey Plaza se posiciona como un Centro Comercial más grande del Perú. Entre sus principales competidores se encuentran Cencosud Shopping Centers, Centenario Renta Inmobiliaria, Corporación E. Wong, Grupo Patio, Mall Aventura, Open Plaza, Parque Arauco, Real Plaza y Urbanova, Plaza San Miguel, Mega Plaza, Plaza Norte y Mall del Sur. A pesar de la competencia, el Jockey Plaza ha mantenido su liderazgo en la industria, destacando por su nivel de facturación y por ser pionero en el sector.

La empresa forma parte de la Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú (ACCEP), una organización que, desde 2001, promueve el desarrollo de la industria y la inversión tanto nacional como extranjera. Actualmente, ACCEP agrupa a 13 operadores comerciales que gestionan 92 centros comerciales en todo el país.

Además de los competidores mencionados, otros operadores destacados en el mercado peruano incluyen a Cencosud Shopping Centers, Centenario Renta Inmobiliaria, Corporación E. Wong, Grupo Patio, Mall Aventura, Open Plaza, Parque Arauco, Real Plaza y Urbanova. Estos operadores contribuyen significativamente al dinamismo y crecimiento del sector retail inmobiliario en Perú



1.2.4.2. Descripción del Entorno Macroeconómico y del Sector

Sector Retail

En 2024, el sector retail inmobiliario en Perú experimentó un crecimiento significativo con la inauguración de varios centros comerciales que ampliaron la oferta comercial en diversas zonas del país. Uno de los proyectos más destacados fue Parque La Molina, ubicado en el distrito de La Molina. Fue inaugurado en diciembre de 2024, con una inversión aproximada de $60 millones de dólares. Otro desarrollo importante fue el Boulevard Puntamar, situado en el distrito de Punta Hermosa. Este centro comercial, también inaugurado en diciembre de 2024, Asimismo, el Power Center KM40, ubicado en Lurín, abrió sus puertas el 4 de diciembre de 2024. Con una superficie total de 13,000 metros cuadrados y una zona arrendable de 8,700 metros cuadrados, este centro comercial fue desarrollado con una inversión aproximada de S/55 millones. Por otro lado, el Real Plaza Lurín fue inaugurado el 1 de febrero de 2024, Finalmente, aunque su apertura se dio a finales de 2023, el Mall Aventura San Juan de Lurigancho.

A pesar de las aperturas mencionadas, la penetración de centros comerciales en Perú sigue siendo baja en comparación con otros países de la región. Actualmente, el país cuenta con aproximadamente 9,1 m^2 de espacio arrendable en centros comerciales por cada 100 habitantes, cifra inferior a la de países como Chile, que alcanza 22,3 m^2 por cada 100 habitantes.

En términos de sostenibilidad, el sector retail inmobiliario ha incorporado estrategias alineadas con las nuevas exigencias ambientales y sociales. En 2024, Jockey Plaza obtuvo un reconocimiento por su gestión sostenible en el marco del concurso de buenas prácticas de mercado organizado por Produce, destacando su enfoque en eficiencia energética y responsabilidad ambiental.



De cara al futuro, el sector retail inmobiliario continuará adaptándose a los cambios en el comportamiento del consumidor y las nuevas tendencias del mercado. Se espera que la digitalización, la sostenibilidad y la diversificación de formatos comerciales sigan marcando la evolución del sector, con un enfoque en mejorar la experiencia del cliente y optimizar la eficiencia operativa. Además, la reactivación de proyectos como el desarrollo de un centro comercial en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez reafirma el potencial de crecimiento del mercado retail en el país.

En conclusión, el sector retail inmobiliario en Perú ha mostrado resiliencia y dinamismo en 2024, impulsado por la recuperación del consumo, la modernización de la infraestructura comercial y la digitalización. No obstante, enfrenta retos derivados de las condiciones económicas globales, que podrían afectar el ritmo de crecimiento en los próximos años. La clave para la sostenibilidad del sector radica en la capacidad de adaptación a los cambios en la demanda y en la implementación de estrategias innovadoras que permitan mantener su competitividad en un entorno desafiante.

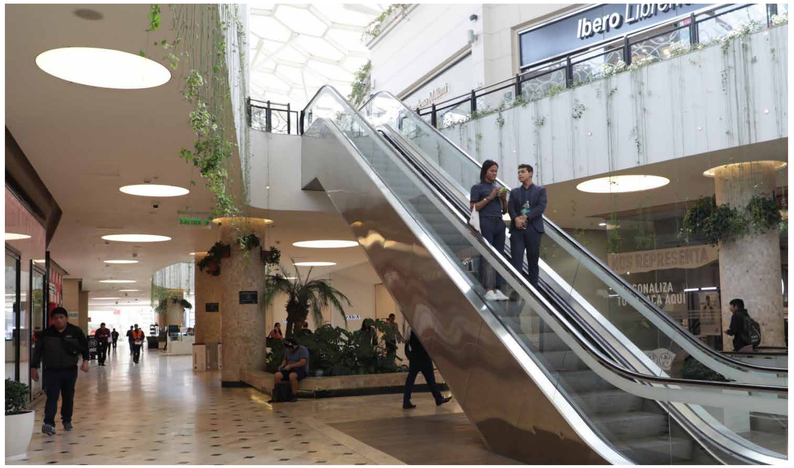
1.2.4. Evolución de las Operaciones













1.2.4.3. Enfoque de Negocios

1 Innovación y Tendencias

El futuro del retail y la experiencia se construye hoy. El Jockey Plaza se reinventa constantemente para anticiparse a las tendencias y ofrecer propuestas innovadoras que transforman la manera en que las personas disfrutan, compran y viven cada visita. A través de experiencias memorables, nuevos formatos de entretenimiento y soluciones innovadoras, busca marcar la diferencia y mantenerse a la vanguardia del sector.

2 Sostenibilidad

El compromiso con el crecimiento sostenible impulsa cada decisión. El Jockey Plaza va más allá del comercio tradicional, promoviendo iniciativas responsables que minimizan su impacto ambiental, fomentan el uso eficiente de los recursos y generan valor para la comunidad. A través de la colaboración con locatarios y aliados estratégicos, se construye un ecosistema equilibrado y responsable, donde el desarrollo económico, social y ambiental van de la mano.

3 Transformación Interna

Un equipo ágil y visionario es clave para liderar el cambio. La evolución del Jockey Plaza comienza desde adentro, fomentando una cultura organizacional basada en la colaboración, la excelencia operativa y la capacidad de adaptación. A través de la mejora continua, la toma de decisiones basada en datos y la capacitación constante, se impulsa la innovación como una mentalidad que permite evolucionar y ofrecer experiencias de alto impacto.

4 Seguridad y Confianza

La tranquilidad de cada visitante, locatario y colaborador es una prioridad. El Jockey Plaza implementa tecnología avanzada, protocolos eficientes y un equipo altamente capacitado para garantizar un entorno seguro en todo momento. Cada espacio está diseñado para ofrecer protección, accesibilidad y confianza, asegurando que la seguridad sea un pilar fundamental en la experiencia de quienes lo visitan y operan dentro de él.

5 Experiencia

El Jockey Plaza es más que un lugar de compras; es un espacio diseñado para brindar bienestar y disfrute en cada visita. Desde entretenimiento y gastronomía hasta bienestar y servicios esenciales, se ofrece todo en un solo lugar para facilitar la rutina y enriquecer la vida de quienes lo visitan. Al mismo tiempo, se crea un entorno que fomenta el crecimiento de los locatarios, brindando herramientas, espacios y estrategias que potencian su conexión con los clientes. El compromiso del Jockey Plaza es que cada experiencia sea cómoda, emocionante y memorable, convirtiéndolo en un destino al que siempre se quiera regresar.

1.2.4.4. Descripción de los Principales Activos

372 Locales Comerciales	144 Módulos
77 Espacios Arrendables	5.3K Estacionamientos

A Diciembre 2024, la inversión inmobiliaria del Jockey Plaza incluye 372 locales comerciales, 144 módulos y otros 77 espacios arrendables como cajeros automáticos, depósitos y bodegas, distribuidos por zonas, y más de 5,300 estacionamientos.

1.2.4.4. Descripción de los Principales Activos

Asimismo, el Jockey Plaza es Titular de los siguientes Derechos de Superficie:

A.

El Derecho de Superficie constituido sobre el terreno inicialmente de propiedad del Jockey Club del Perú y que a la fecha es de propiedad de Portalia S.A., denominado “Parcela B” con un área de 130 000 m2, ubicado en Avenida Javier Prado Este, Fundo Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, e inscrito en la Partida Electrónica N° 11090679 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao.

Conforme a lo establecido en el Contrato de Fideicomiso del Primer Programa de Bonos Corporativos del Jockey Plaza, se ha transferido el Derecho de Superficie sobre la Parcela B, en dominio fiduciario a favor de La Fiduciaria S.A, a fin de garantizar el pago de los Bonos y las demás Obligaciones Garantizadas. La constitución del fideicomiso en virtud del referido contrato de Fideicomiso consta inscrita en el asiento C00010 de la Partida Electrónica N°11090679 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao.

B.

El Derecho de Superficie constituido sobre el terreno inicialmente de propiedad del Jockey Club del Perú y que a la fecha es de Portalia S.A., denominado según consta en Registros Públicos “Sub Lote 2 – Ex Parcela C del Fundo Monterrico Chico”, con un área de 8 295.23 m2, ubicado en Avenida Javier Prado Este, esquina con Avenida Manuel Olguín, Fundo Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, e inscrito en la Partida Electrónica N° 13978583 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao; derivándose a su vez en una Partida Especial de Derecho de Superficie, inscrita en la Partida Electrónica N° 13978595 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao.

C.

El Derecho de Superficie constituido sobre el terreno inicialmente de propiedad del Jockey Club del Perú y que a la fecha es de propiedad de Portalia S.A., denominado “Parcela F”, con un área de 30 462 m2, ubicado en Avenida Javier Prado Este, Fundo Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, e inscrito en la Partida Electrónica N° 11251633 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao.

D.

El Derecho de Superficie, constituido por el Jockey Club del Perú sobre el inmueble denominado la Parcela I, sobre 15,247.10 m2, ubicado en Avenida Carretera Panamericana Sur, Fundo Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, que representan el total del área del inmueble inscrito en la Partida Electrónica N° 11251636 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao. El referido derecho de superficie fue otorgado a favor de El Club Jockey Plaza S.A., empresa que fue absorbida por el Jockey Plaza, mediante fusión que entró en vigor el 1 de Mayo de 2014.

1.2.4.5. Cerrando el 2024 estos Activos se reflejan de la siguiente forma en el Estado de Situación Financiera

Estado de Situación Financiera – Activo Corriente y No Corriente

Activo corriente	Al diciembre de 2024 S/000	Al diciembre de 2023 S/000
Equivalente y equivalente de efectivo	102,676	58,495
Inversiones financieras a valor razonable con cambios en resultados	12,183	3,483
Cuentas por cobrar comerciales	40,213	37,365
Inventarios	97	130
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	14,226	71,174
Otras cuentas por cobrar	819	1,386
Otros activos no financieros	2,374	1,272
Total activo corriente	172,588	173,305
Activo no corriente	Al diciembre de 2024 S/000	Al diciembre de 2023 S/000
Inversión en subsidiaria	185,040	187,849
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	102,463	36,407
Otras cuentas por cobrar	16,520	9,888
Propiedades de inversión	1,399,940	1,463,809
Instalaciones, mobiliarios y equipos diversos	7,226	8,581
Activo por derecho de uso	1,888	3,780
Activos intangibles	5,321	4,517
Total activo no corriente	1,718,398	1,714,831
Total activo	1,890,986	1,888,136

1.2.4.6. Número de Personal Empleado

Personal Empleado

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Permanentes	178	170	182	170	169	187	198	204
Funcionarios	20	20	20	19	19	18	17	20
Dirección	6	6	6	6	7	7	7	7
Gerentes	14	14	14	12	12	11	10	13
Empleados	158	150	162	151	150	169	181	184

2.2.4.7 Préstamos recibidos relevantes

Acceso Estratégico a Financiamiento

Con fecha 12 de Febrero de 2015, el Jockey Plaza recibió un préstamo puente con el Banco Scotiabank hasta por US$70,000,000 a una tasa de 2,65% a un plazo de 18 meses, el cual se canceló en Diciembre del 2015 con las dos primeras emisiones del Primer Programa de Bonos Corporativos del Jockey Plaza.

Las dos emisiones de bonos corporativos fueron colocadas el 17 de Diciembre del 2015, la primera emisión por un monto de US$ 97,4 millones y la segunda por S/ 32,0 millones a una tasa de 7,09375% y 9,15625% respectivamente. Ambas emisiones tienen un plazo total de 15 años que incluyen 10 años de gracia. La mayor parte de estos fondos fue utilizada para cancelar obligaciones financieras, entre ellas el préstamo puente y la diferencia para financiar nuevos proyectos de inversión para la ampliación del Centro Comercial.

La tercera emisión de bonos corporativos fue colocada el 21 de Julio de 2016 por un monto de S/ 100,0 millones a una tasa de 7,75%. La emisión tiene un plazo total de 15 años que incluyen 10 años de gracia. Estos fondos también fueron utilizados para financiar nuevos proyectos de inversión para la ampliación del Centro Comercial.

Durante el 2018 y 2019, se toman préstamos de mediano plazo con Santander y Banco GNB por un total de US$ 10 millones para financiar mejoras continuas del Centro Comercial.

En Abril de 2020, la compañía firmó un contrato de préstamo del Programa Reactiva Perú con el Banco de Crédito del Perú por S/ 10,000,000, el cual fue utilizado dentro del marco de lo previsto por las normas dictadas por el Gobierno Peruano.

En Octubre del 2019, se tomó un préstamo puente con el Banco de Crédito por US$ 40,600,000, que se usó para financiar parte de la adquisición del Boulevard de Asia.

En Diciembre de 2020, la compañía firmó un contrato de préstamo sindicado con el Banco de Crédito del Perú (BCP) y el Banco Santander del Perú por US$ 40,600,000, el cual fue destinado a la cancelación del préstamo puente otorgado por BCP en Octubre de 2019. Esta deuda se estructuró a 6 años, con un año de gracia y pago de cuotas trimestrales, con términos favorables de re-perfilamiento de deuda, a nivel de plazo, tasa y pagos.

En Junio de 2022, la Compañía re-perfiló el contrato de préstamo sindicado con el Banco Santander del Perú y Banco de Crédito del Perú, adquirido en Diciembre de 2020 por US$40,600,000, tomando un préstamo de US$40,000,000, con vencimiento en el año 2027.

En Setiembre de 2022, la Compañía realizó una amortización voluntaria de US$8,000,000 del préstamo sindicado que mantiene con el Banco Santander del Perú y Banco de Crédito del Perú ,con esta amortización, el saldo del capital por pagar asciende a US$32,000,000.

Por otro lado, en Setiembre y Diciembre 2023, la Compañía firmó pagarés de corto plazo con el Banco de Crédito por US$ 2,250,000 y US$ 2,250,000 respectivamente, con vencimientos en Agosto y Diciembre 2024.

En Noviembre 2024, la compañía tomó un préstamo puente por US$32,000,000 con el Banco de Crédito del Perú y BBVA Perú que se usó para repagar el íntegro de la deuda del préstamo sindicado que se tomó en Junio de 2022 y repagar deuda de corto plazo.

1.3. Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales

Durante el año 2024, no se han reportado procesos judiciales, arbitrajes procesos y/o procedimientos tributarios y/o administrativos en contra del Jockey Plaza, que puedan tener un impacto significativo sobre los resultados de la operación y la posición financiera del mismo. Asimismo, el Jockey Plaza no conoce, a esa fecha, de procesos civiles o arbitrajes que sean previsibles que se inicien en su contra y que puedan tener un impacto significativo sobre los resultados de la operación y la posición financiera del mismo.

A continuación, se indican los procesos judiciales, arbitrajes o procedimientos administrativos de los cuales Jockey Plaza es parte.

1.3.1. Procedimientos Tributarios

Al 31 de Diciembre de 2024, la Compañía tiene los siguientes Procesos Tributarios pendientes de resolución:

A.

Proceso Contencioso Administrativo contra Resolución del Tribunal Fiscal y diversas Resoluciones de Determinación y Resoluciones de Multa por concepto del impuesto a las ganancias e impuesto general a las ventas del período 2001. El monto total de estas acotaciones y multas asciende aproximadamente a S/13,839,000. Dicho importe fue pagado y registrado como gasto en años anteriores. A la fecha del informe, se interpuso recurso de casación contra la Resolución No. 51 mediante la cual se confirma la sentencia de primera instancia emitida por el Vigésimo Primer Juzgado Especializado en lo Contencioso. Administrativo con Subespecialidad en temas tributarios y aduaneros.

B.

Proceso Contencioso Administrativo contra Resolución del Tribunal Fiscal y contra diversas Resoluciones de Determinación y de Multa de la SUNAT por concepto de impuesto general a las ventas del periodo 2004 directamente relacionado al adelanto del derecho de superficie al Jockey Club del Perú en arbitraje, por un monto total aproximado de S/458,000. Dicho importe fue pagado y registrado como gasto en años anteriores. A la fecha del informe, el expediente se encuentra concluido con un resultado favorable en el extremo de la inaplicación de los intereses moratorios generados fuera de los plazos legales para resolver.

C.

Demanda Contencioso Administrativa contra Resolución del Tribunal Fiscal No.8013-1-2016, referida al impuesto a las ganancias del ejercicio gravable 2005 de la empresa Centros Comerciales, que fue absorbida por la Compañía, que: (i) confirmó los reparos por "servicios de auditoría no devengados en el ejercicio 2005" y "depósito en garantía enviado al gasto"; y, (ii) dejó sin efecto el reparo por "Gastos de Controller". El 24 de Enero de 2017, SUNAT emitió la Resolución de Intendencia en cumplimiento del mandato del Tribunal Fiscal, re - liquidando la deuda. La citada resolución fue apelada por la Compañía, mediante recurso interpuesto el 21 de Febrero de 2017. El 29 de Agosto de 2017, el Tribunal Fiscal emitió la RTF 7250-1-2017, mediante la cual confirmó los reparos contenidos en la Resolución de Intendencia No.0150150001481. Contra dicha RTF, el 20 de Octubre de 2017, la Compañía ha interpuesto una Demanda Contencioso Administrativa ante el Poder Judicial. El monto total de las acotaciones ascendía aproximadamente a S/ 696,699, cuyo monto fue pagado por la Compañía en Octubre de 2018. A la fecha del informe, el expediente se encuentra concluido con resultado favorable en el extremo de la inaplicación de los intereses moratorios generados fuera de los plazos legales para resolver.

D.

Recurso de Apelación contra Resolución de Intendencia No.0150140012256, que declaró fundada en parte la reclamación interpuesta por la Compañía contra las Resoluciones de Determinación y de Multa emitidas por concepto del impuesto a las ganancias del ejercicio gravable 2011. Posteriormente, la Compañía inició un proceso judicial contra la RTF que confirmó los reparos de la Resolución de Intendencia. A la fecha del informe, la Compañía ha interpuesto una demanda de Amparo contra la resolución judicial, siendo que a la fecha dicho proceso constitucional se encuentra en trámite.

1.3.1. Procedimientos Tributarios

Al 31 de Diciembre de 2024, la Compañía tiene los siguientes Procesos Tributarios pendientes de resolución:

E.

Recurso de Apelación contra Resolución de Intendencia No.0150140012469, que declaró infundada la reclamación interpuesta por la Compañía contra las Resoluciones de Determinación y de Multa emitidas por concepto de los pagos a cuenta y el pago de regularización del impuesto a las ganancias del ejercicio gravable 2012. Posteriormente, la Compañía inició un proceso judicial contra la RTF que confirmó los reparos de la Resolución de Intendencia. A la fecha del informe, la Compañía ha interpuesto una demanda de Amparo contra la resolución judicial, siendo que a la fecha dicho proceso constitucional se encuentra en trámite.

F.

Recurso de Apelación contra la Resolución No.4070140000716, mediante la cual la SUNAT resolvió declarar infundada la reclamación interpuesta por la Compañía contra las Resoluciones de Determinación y multa emitidos por concepto del Impuesto a la Renta del ejercicio gravable 2016; así como los pagos a cuenta del Impuesto a la Renta por los periodos de Enero a Diciembre del ejercicio gravable 2016, mediante los cuales se formuló los siguientes reparos: i) Reparo a la base imponible por ingresos por Derecho de Llave; y, ii) Reparo al coeficiente aplicable, que comprende la determinación realizada por la Administración Tributaria en base a los ejercicios 2014 y 2015 y la inclusión de la ganancia de diferencia de cambio en el denominador. Al respecto, el 19 de Diciembre de 2024, la Compañía se acogió al Régimen de Fraccionamiento Especial aprobado mediante Decreto Legislativo 163 por la deuda relativa al Impuesto a la Renta del ejercicio gravable, al pago a cuenta del período Diciembre de 2016 y a sus multas asociadas, lo que implicó el desistimiento del litigio en tales extremos. A la fecha del informe, el recurso de apelación relativo a los pagos a cuenta del Impuesto a la Renta de los períodos Enero a Noviembre 2016 se encuentra pendiente de ser resuelto por el Tribunal Fiscal.

G.

Recurso de Apelación contra la Resolución de Intendencia No.4070140000760, mediante la cual se declaró infundado el recurso de reclamación contra las Resoluciones de Determinación y Multa i) por concepto de Impuesto a la Renta 2017 y por la base imponible de los pagos a cuenta de Enero a Diciembre del 2017; y, ii) Reparo al coeficiente aplicable a los pagos a cuenta de Enero a Diciembre 2017. Al respecto, el 19 de Diciembre de 2024, la Compañía se acogió al Régimen de Fraccionamiento Especial aprobado mediante Decreto Legislativo 1634 por el total de la deuda en controversia, lo que implicó el desistimiento del litigio. A la fecha del informe ha concluido el procedimiento tributario.

1.4. Administración

A continuación, se presenta una breve descripción de los señores que conforman el directorio del Jockey Plaza al 31 de Diciembre del 2024:

1.4.1. Directores

Presidente del Directorio - Carlos Enrique Ambrosio Palacios Rey

Presidente del Directorio, de nacionalidad Peruana, empresario de profesión, graduado de Babson College (Massachusetts, EE.UU.) con experiencia en la dirección de diversas empresas en el medio local. Ha sido presidente del directorio del Banco de Lima y del Banco Wiese Sudameris y director de Pacífico Seguros, Volcán Compañía Minera y Laive, entre otras. Ejerció el cargo de Vicepresidente del directorio de Valores Agroindustriales (holding de Laive). Es Director de la Compañía desde el 26 de Mayo del 2000.

Director - Santiago Enrique Cummins Bañados

Director, de nacionalidad Chilena, Arquitecto y empresario. Socio fundador de la oficina de arquitectura Cummins & Donoso, encargados del diseño y desarrollo de los proyectos Costa Cachagua en Chile y Jockey Plaza en Lima Perú, entre otros. Socio fundador de la empresa de retail Odda S.A. con más de 15 años ejerciendo como director en diversas empresas, tiene vasta experiencia en la Dirección Ejecutiva de los negocios financieros e inmobiliarios. Es director de la Compañía desde el 15 de Diciembre de 2010.

Directora - Margaret Grace Cecilia Burns Olivares

Directora, de nacionalidad Peruana. Abogada por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tiene amplia experiencia en Derecho Corporativo, Mercado de Capitales, Solución de Conflictos y Arbitraje. Socia del Estudio Flint Abogados (1984 hasta Noviembre de 2001); jefe del Departamento Legal de PROCOMPRA, Ministerio de Agricultura (1983); profesora asociada de Derecho Empresarial de la Escuela de Administración de Negocios (1984 - 1993); directora de CONASEV (2002 al 2006); ejerció el cargo de Vicepresidente del directorio de Compañía Minera San Ignacio de Morococha S.A. Es directora de la Compañía desde el 10 de Marzo del 2014.

Directorio - Enrique Bendersky Assael

Director, de nacionalidad Chilena, de profesión Ingeniero Civil Industrial, con amplia experiencia en el desarrollo de empresas inmobiliarias, comerciales y otros en diversos países como Panamá, Chile y Perú. Ha sido Director suplente de Parque Arauco en los años 90. Es director de la Compañía desde el 26 de Mayo del 2003.

Directora - Ana María Cummins Bañados

Directora, de nacionalidad Chilena. Diseñadora egresada del Instituto de Ciencias y Artes de Chile. Con experiencia en logística y en el desarrollo de negocios inmobiliarios y de comercialización. Ha sido Presidenta y Directora Ejecutiva de la fundación Alter Ego y del Centro de Rehabilitación del mismo. Actualmente ocupa la Vicepresidencia de dicha fundación. Es directora de la Compañía desde el 15 de Setiembre del 2015.

Director - Matías Exequiel Lira Ratinoff

Director, de nacionalidad Chilena, graduado de la Universidad de Los Ángeles California (UCLA). Titulado como Comunicador audiovisual con mención en Dirección de Cine y TV. Postgrado en Comunicación Estratégicas en la Universidad Católica de Chile. Ha sido Gerente de la empresa de distribución de Cine y TV Phoenix Investment en Los Ángeles, California. Director de Televisión para Canal Megavision y Metropolis Intercom de Chile. Actualmente es Socio y director ejecutivo de la empresa de distribución de películas BF Distribution (Ex Bazuca), Socio y Director de la Productora Ocio, Socio y administrador de dos Sociedades de Inversión. Es director de la Compañía desde el 15 de Setiembre del 2015.

1.4.2. Grado de Vinculación

* Existen vínculos de afinidad y consanguinidad entre los directores: la señora Ana María Cummins Bañados y el señor Santiago Cummins Bañados son hermanos y cuñados del señor Matías Exequiel Lira Ratinoff. En el caso de la plana gerencial, no existen vínculos de afinidad ni consanguinidad entre ellos ni con los directores.

1.4.3

PRINCIPALES FUNCIONARIOS

1.4.3. Principales Funcionarios



Juan José Felipe Calle Quirós
Gerente General (CEO)

De nacionalidad Peruana, experto consultor, desarrollador y operador de centros comerciales y proyectos inmobiliarios. Actualmente es Presidente de la Junta directiva de la Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú – ACCEP. Asimismo, es director de diversas empresas de bienes raíces, comercio y servicios; y ha ocupado diversos cargos gerenciales en diferentes compañías de seguros y de servicios. Licenciado en Relaciones Internacionales, y estudios de postgrado en Derecho Internacional y Marketing. Ocupa el cargo actual desde Noviembre del 2017.



Omar Bernardo Hidalgo Cossio
Gerente de Operaciones

De nacionalidad Peruana. Egresado de la Escuela Naval del Perú y de la Universidad de Piura, Licenciado en Ciencias Marítimo Navales (Oficial de Marina) y como Ingeniero Mecánico - Eléctrico respectivamente, ingeniero colegiado con un Master en Dirección de Operaciones y Logística por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y la Universidad Politécnica de Cataluña – España y un Master en Facility Management en la Universidad Isabel I – España. Cuenta con más de 10 años de experiencia en la industria de centros comerciales. Ocupa el cargo actual desde Abril del 2020.



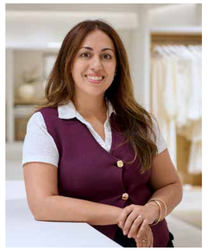
María Rossana Arnaiz Figallo
Directora de Administración y Finanzas
e Innovación Tecnológica

De nacionalidad Peruana, ingresó al Jockey Plaza en Octubre del 2017. Es Economista por la Universidad de Lima y Máster en Dirección de Empresas por la Universidad de Piura, habiendo cursado el Global Senior Management Program del IE Business School. Tiene 25 años de experiencia profesional en banca, finanzas corporativas, desarrollo de negocios inmobiliarios, reestructuración de empresas y productos financieros. Ha trabajado para el BCRP, Scotiabank, W Capital del grupo Wiese y antes de unirse al Jockey Plaza fue Gerente General de Inmobiliaria Valora, periodo durante el cual fue miembro del Comité Ejecutivo de la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios - ADI Perú. Ha sido por varios años docente de la Escuela de Negocios de la Universidad de Lima.



Gabriel Renato Campos Aguilar
Gerente de Proyectos y Desarrollo Inmobiliario

De nacionalidad Peruana. Arquitecto e Ingeniero Civil colegiado con un Máster en Dirección Inmobiliaria y Construcción por la Universidad Politécnica de Madrid y un MBA en Infraestructura en la EOI de España becado por OEA - Organization of American States. Anteriormente ha trabajado en el Ministerio de Vivienda y Construcción, Maestro Ace Home Center, Telefónica del Perú, Universidad Científica del Sur, BBVA Banco Continental y el Fondo Inmobiliario de Compass Group, logrando acumular más de 14 años de experiencia en Desarrollo de Portafolios Inmobiliarios y Gerencia de Proyectos, consolidando aspectos técnicos, comerciales, financieros y legales, en diversos productos inmobiliarios (oficinas, retail, banking, vivienda, educación y consumo masivo). Es gerente en el Jockey Plaza desde Julio del 2017.



Mariana Becerra Abusada
Directora Comercial Marketing y Nuevos Negocios

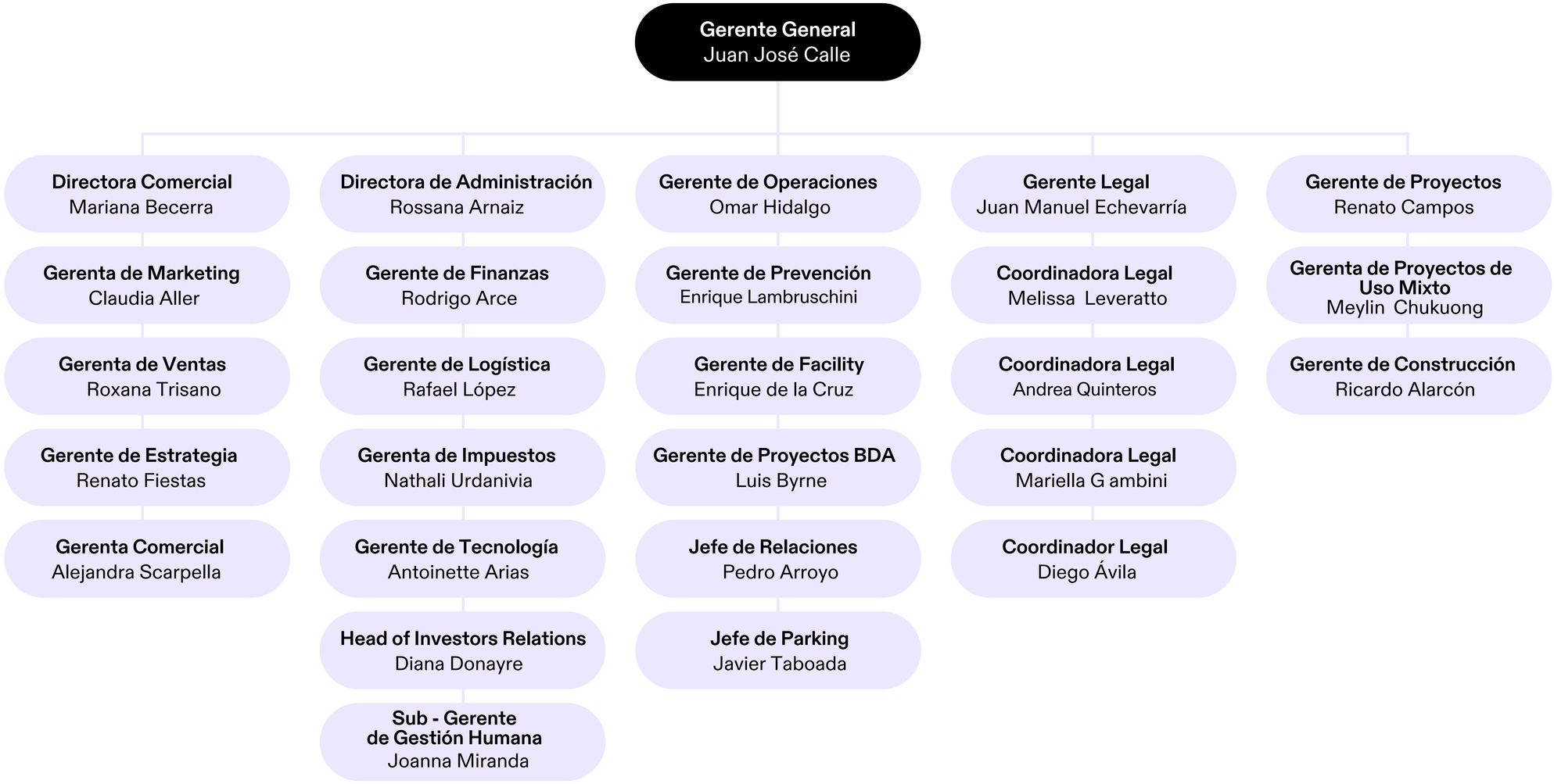
De nacionalidad Peruana. Egresada de la Universidad de Lima y de la maestría en Gestión Comercial y de Marketing por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, con estudios de Retail Management en Londres, Design Thinking en California y Luxury Management en Madrid. Cuenta con más de 10 años de experiencia en la industria de centros comerciales. Ocupa el cargo actual desde Abril del 2016.



Juan Manuel Echevarría Arellano
Gerente Legal

Abogado por la Universidad de Lima, con especialización en Banca, Derecho Empresarial y Derecho Corporativo y egresado de la Maestría en Derecho Empresarial de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima. Gerente con más de 20 años de experiencia legal corporativa en empresas multinacionales y nacionales líderes del sector financiero, microfinanzas, de consumo y del sector público. Se ha desempeñado como Gerente Legal Corporativo y Gerente General Adjunto del Banco del Trabajo, entidad que perteneciera al Grupo Altas Cumbres de Chile; Gerente Legal de Crediscotia Financiera; Jefe del Gabinete de Asesores del Ministerio de Economía y Finanzas; miembro del Consejo Directivo de INDECOPI; Director del Banco de la Nación y de la Superintendencia del Mercado de Valores; Director de EDIFICA CORP. S.A.C.; Gerente General del Banco de Comercio; Jefe del Gabinete de Asesores del Ministerio de Defensa. Es actual Profesor Ordinario de la Facultad de Derecho de la Universidad de Lima en el curso de Títulos Valores.
Se ha desempeñado además como presidente del Comité de Derecho Bancario de la Asociación de Bancos del Perú, ASBANC. Miembro de la Comisión del Anteproyecto de Nueva Ley de Títulos – Valores y Comisión del Anteproyecto de Ley de Grupos de Empresas del Congreso de la República. Expositor en eventos académicos a nivel nacional e internacional y autor de artículos y ponencias de carácter legal. Es Gerente Legal de Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. desde Febrero del 2017

1.4.3. Principales Funcionarios



02.

INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1.
Análisis y Discusión de la Administración acerca del Resultado de las Operaciones y de la Situación Económica Financiera.

Análisis del Estado de Resultados y Situación Financiera

2.1. Análisis y Discusión de la Administración acerca del Resultado de las Operaciones y de la Situación Económica Financiera.

Análisis del Estado de Resultados

Al 31 de diciembre de	2024 S/000	2023 S/000
Ingresos por arrendamiento de locales y recuperación de gastos de operación	363,578	345,331
Costo del servicio inmobiliario	-127,255	-132,361
Utilidad bruta	236,323	212,970
Gastos de operación	-26,872	-23,133
Cambios en el valor razonable de propiedades de inversión	-74,380	-71,450
Otros ingresos	24,718	12,778
Otros gastos	-22,109	-12,353
Utilidad operativa	137,680	118,812
Deterioro de inversión en subsidiaria	-2,808	-
Ingresos financieros	11,030	10,548
Gastos financieros	-78,172	-84,486
Diferencia en cambio, neta	-9,897	18,080
Utilidad antes de impuesto a las ganancias	57,833	62,954
Impuesto a las ganancias	-22,693	-20,399
Utilidad y resultados integrales del año	35,140	42,555

2.1. Análisis y Discusión de la Administración acerca del Resultado de las Operaciones y de la Situación Económica Financiera.

Análisis del Estado de Resultados

Al cierre de Diciembre 2024, Administradora Jockey Plaza registró un crecimiento del 5.28% en sus ingresos respecto al mismo periodo de 2023, impulsado principalmente por un incremento del 4.55% en los ingresos por arrendamiento de locales, debido a la reducción de la vacancia total a 3.40% y, excluyendo una gran superficie, la vacancia orgánica se ajusta a 0.50%. Asimismo, los ingresos por publicidad aumentaron 16.58%, resultado de la optimización de espacios rentables y la implementación de un parque de pantallas digitales renovadas, lo que ha fortalecido la capacidad del Centro Comercial para generar ingresos adicionales.

A Diciembre 2024, el costo del servicio inmobiliario disminuyó un 3.86%, principalmente por el ajuste contable de los cambios en el valor razonable por derecho de uso. Si se excluye este efecto, los costos operativos serían 3.01% mayores al mismo periodo del 2023.

Con ello, la utilidad bruta al 30 de Diciembre 2024 es 3.81% mayor que la registrada el mismo periodo del año anterior. Asimismo, la utilidad operativa crece un 15.88% respecto el mismo periodo del año anterior.

La compañía registró a Diciembre 2024 un EBITDA ajustado de S/ 188.1 millones (US$ 50.2 millones). Este monto está corregido por la NIIF 16, es decir, se excluye la variación del valor razonable de derecho de uso y se incluye la factura del pago del usufructo del derecho de superficie (que ya no se considera en la utilidad operativa dada la implantación de la NIIF 16).



2.1. Análisis y Discusión de la Administración acerca del Resultado de las Operaciones y de la Situación Económica Financiera.

Análisis del Estado de Situación Financiera

Al cierre de Diciembre 2023 y Diciembre 2024, el activo total de la compañía registró una variación de 0.20 %, pasando de S/ 1,888 millones a S/ 1,891 millones. Las cuentas de caja e inversiones crecieron un 85.3% debido a la estrategia de priorización en la acumulación de la liquidez, lo que ha permitido fortalecer y cuidar la posición de portafolio y las cuentas reservas. Al cierre de Diciembre 2024, las reservas ascienden a S/ 114.9 millones. Adicionalmente, se registró una reclasificación a largo plazo de los préstamos a empresas relacionadas del mismo giro de negocio, tras la actualización de los contratos de mutuos, alineando los términos con las condiciones financieras vigentes.

Asimismo, el pasivo total de la compañía decreció 0.9% respecto a Diciembre 2023, pasando de S/ 1,269 millones a S/ 1,257.7 millones, sin mayores aumentos materiales.
El patrimonio de la compañía creció un 2.30% a Diciembre 2024 respecto a Diciembre 2023, impulsado por la reconversión de mt2 estratégicos. La mudanza del centro financiero permitió el ingreso de cuatro marcas del Grupo Inditex (Zara Home, Stradivarius, Oysho y Massimo Dutti) y un incremento del flujo de visitas al Centro Comercial durante el año 2024. Además, la consolidación de la Torre Centro Financiero y la maduración del flujo en el hall que conecta el Centro Financiero con Oeschle, facilitaron la incorporación de 15 nuevas marcas, generando un incremento del 32% en los ingresos de ese hall. Finalmente, la empresa se posicionó como la principal puerta de entrada para más de 20 marcas internacionales, siendo el primer Centro Comercial en recibirlas en el país.

Al diciembre de	2024 S/000	2023 S/000
Activo corriente		
Equivalente y equivalente de efectivo	102,676	58,495
Inversiones financieras a valor razonable con cambios en resultados	12,183	3,483
Cuentas por cobrar comerciales	40,213	37,365
Inventarios	97	130
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	14,226	71,174
Otras cuentas por cobrar	819	1,386
Otros activos no financieros	2,374	1,272
Total activo corriente	172,588	173,305
Activo no corriente		
Inversión en subsidiaria	185,040	187,849
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	102,463	36,407
Otras cuentas por cobrar	16,520	9,888
Propiedades de inversión	1,399,940	1,463,809
Instalaciones, mobiliarios y equipos diversos	7,226	8,581
Activo por derecho de uso	1,888	3,780
Activos intangibles	5,321	4,517
Total activo no corriente	1,718,398	1,714,831
Total activo	1,890,986	1,888,136
Pasivo corriente		
Otros pasivos financieros	142,881	59,905
Pasivo por arrendamiento	21,991	17,210
Cuentas por pagar comerciales	14,477	13,832
Cuentas por pagar a partes relacionadas	150	304
Otras cuentas por pagar	13,471	21,473
Ingresos diferidos	4,756	5,114
Total pasivo corriente	197,726	117,838
Pasivo no corriente		
Otros pasivos financieros	498,423	571,208
Pasivo por arrendamiento	298,167	306,128
Cuentas por pagar comerciales	-	-
Otras cuentas por pagar	9,009	10,825
Ingresos diferidos	8,308	3,028
Pasivo por impuestos diferidos	246,023	259,946
Total pasivo no corriente	1,059,930	1,151,135
Total pasivo	1,257,656	1,268,973
Patrimonio		
Capital emitido	206,526	206,526
Reserva legal	41,305	41,305
Resultados acumulados	385,499	371,332
Total patrimonio	633,330	619,163
Total pasivo y patrimonio	1,890,986	1,888,136

Análisis del Estado de Flujos de Efectivo



A Diciembre del 2024, la cobranza fue 4.7% mayor al mismo periodo del año anterior, generando en la caja un adicional de S/19.6 millones respecto al año 2023.

En las actividades de operación, se registra una reducción del 2.1% en el pago de intereses de préstamos, resultado de la gestión de tasas de interés y el re-perfilamiento del préstamo sindicado, lo que permitirá a la compañía generar ahorros financieros de $1 millón anual. Adicionalmente, gracias a esta optimización financiera y a la eficiente gestión de costos, la empresa logró un incremento del 59.5% en la generación de caja en comparación con el año 2023, fortaleciendo su posición de liquidez y solidez financiera.

En las actividades de inversión, se registró pagos por ampliación de inversiones inmobiliarias por S/11.9 millones, lo que representa un incremento del 17.5% respecto al mismo período de 2023. Este crecimiento responde a los pagos efectuados durante el primer semestre de 2024 para la etapa final de las obras de infraestructura de la ya comentada mudanza del centro financiero.

A Diciembre 2024, la compañía cumple sus resguardos financieros. En términos de estructura de capital, el ratio deuda financiera entre patrimonio se encuentra por debajo del covenant de 1,6x, siendo 1.01x a Diciembre 2024. Por su parte, el ratio de cobertura de servicio de deuda es 3.74x, por encima del covenant de 1,5x. Finalmente, el ratio de cobertura de obligaciones garantizadas fue de 1.37x a Diciembre 2024, por encima del covenant de 1,2x. Este resultado fue impulsado por un crecimiento en las ventas de los locatarios, la reconversión de mt2 estratégicos, la incorporación de nuevas marcas de lujo y semi lujo y por la mayor actividad en experiencias y entretenimiento, consolidando a Jockey Plaza como un destino comercial y de ocio de alto atractivo

Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

Al 31 de diciembre de	2024	2023
	S/000	S/000
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		
Cobranza a clientes	432.352	412.751
Pago a proveedores	(121.277)	(115.547)
Pago de remuneraciones y beneficios sociales	(30.976)	(26.690)
Pago de intereses por préstamos bancarios	(47.131)	(48.137)
Pago de intereses por pasivo por arrendamento	(27.027)	(29.191)
Pago de impuesto a las ganancias	(43.680)	(51.165)
Pago de otros tributos	(58.462)	(64.434)
Otros cobros (pagos) relativos a la operación	4.417	(9.731)
Efectivo neto provisto por las actividades de operación	108.217	67.856
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Pago por suscripción de fondos mutuos	(35.553)	-
Cobros por rescate de fondos mutuos	26.215	139
Pago por compra de instalaciones, maquinaria y equipos diversos	(79)	(411)
Pagos por ampliación de inversiones inmobiliarias	(11.866)	(10.095)
Compra de activos intangibles	(1.155)	(991)
Cobro de préstamos otorgados a terceros	131	84
Préstamos otorgados a terceros	(54)	(459)
Cobro de préstamos otorgados a partes relacionadas	855	73
Préstamos otorgados a partes relacionadas	(5.330)	(23.090)
Efectivo neto aplicado a las actividades de inversión	(26.837)	(34.750)
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Préstamos bancarios recibidos	172.890	16.771
Pagos de préstamos bancarios	(170.997)	(25.784)
Pago de pasivos por arrendamiento	(21.922)	(18.392)
Dividendos pagados, neto de retenciones	(17.170)	(26.466)
Efectivo neto aplicado a las actividades de financiamiento	(37.199)	(53.871)
Variación neta de efectivo y equivalente de efectivo	44.181	(20.765)
Saldo de efectivo y equivalente de efectivo al inicio del año	58.495	79.260
Saldo de efectivo y equivalente de efectivo al final del año	102.676	58.495
Conciliación de pasivos provenientes de actividades de financiamiento		
Saldo inicial	631.113	653.925
Préstamos bancarios recibidos	172.890	16.771
Amortización de préstamos bancarios	(170.997)	(25.784)
Intereses devengados	47.695	49.402
Intereses pagados	(47.131)	(48.137)
Costos transaccionales por devengar	(1.618)	(2.396)
Diferencia de cambio	9.352	(12.668)
Saldo final	641.304	631.113

03.

JOCKEY PLAZA

ANEXOS

Anexos

3.1. Información Relativa al Mercado de los Valores Inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores

Cotizaciones 2024							
Código ISIN	Nemónico	Año - Mes	Apertura	Cierre	Máxima	Mínima	Precio Promedio
			%	%	%	%	%
PEP71320M014	JPLAZ1BC1A	2024-01	101.77	101.77	101.77	101.77	101.77
PEP71320M014	JPLAZ1BC1A	2024-03	101.3399	101.3399	101.3399	101.3399	101.3399
PEP71320M014	JPLAZ1BC1A	2024-04	100.6089	100.6089	100.6089	100.6089	100.6089
PEP71320M022	JPLAZ1BC2A	2024-01	108.5649	108.5649	108.5649	108.5649	108.5649
PEP71320M030	JPLAZ1BC3A	2024-01	104.7615	104.7615	104.7615	104.7615	104.7615
PEP71320M030	JPLAZ1BC3A	2024-02	104.9615	104.9615	104.9615	104.9615	104.9615
PEP71320M030	JPLAZ1BC3A	2024-10	106.401	106.401	106.401	106.401	106.401

04.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Durante todo el 2024, se trabajó la estrategia de sostenibilidad dentro del paraguas: La Felicidad que das Regresa, donde se incluyen todas las iniciativas de sostenibilidad.

Responsabilidad Social Corporativa
Los 4 Ejes Estratégicos:



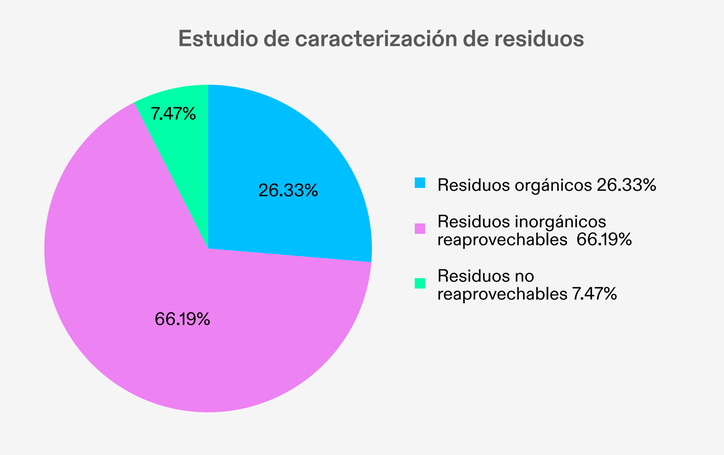
Responsabilidad Social Corporativa : **Ambiental**

Estudio de Caracterización de Residuos

Se realizó un estudio de caracterización de residuos con la finalidad de darle valor a nuestros residuos aprovechables (cartón, plástico y vidrio).

Para el estudio, se consideró la generación diaria, las cuales fueron proyectadas por mes (30 días calendario), estimando una generación de residuos de 60.77 t/mes y 729.30 t/año.

El dato más relevante del estudio nos indica que el 7.4% está representado por residuos no aprovechables, el 66.19% de residuos inorgánicos aprovechables y el 26.33% de residuos orgánicos re-aprovechables. Se trabajó de manera interna la segregación de los residuos aprovechables, el cartón, plástico (PET) y vidrio.



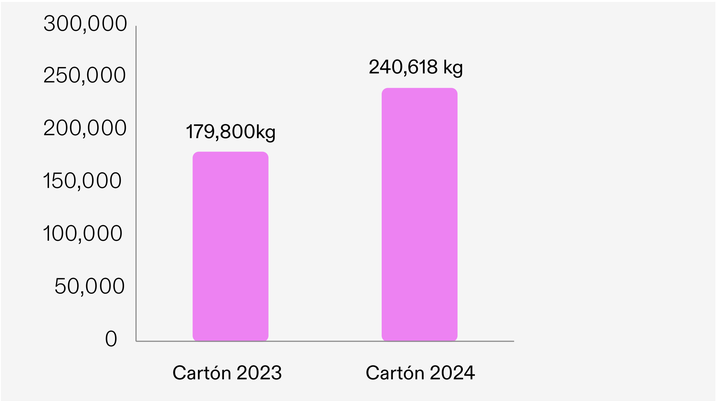
Reciclaje de Viario (en KG)

En el caso del vidrio, el 2024 reciclamos 47 Tm vs 33 Tm el 2023, esto representa un 41% más.



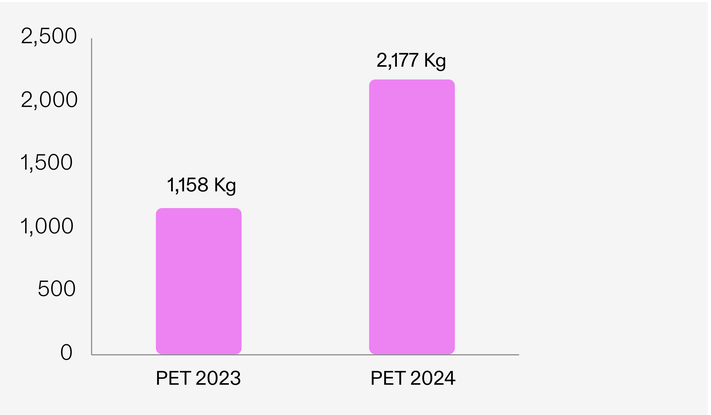
Segregación de Residuos (Cartón)

En el caso del Cartón, el resultado ha sido muy favorable este año, logrando reciclar el 2024, 240,618 Kg vs 179,800 Kg 2023, logrando un 34% más.



Reciclaje P.E.T (en KG)

En plástico, se logró reciclar el 2024, 2,177 kg vs 1,158 kg 2023, esto representa un 88% más, adicional a ello, esto suma a la acción sostenible de poner al robot come botellas (IRbin).



Estudio Huella Carbono

Se realizó el estudio de huella de carbono, obteniendo las siguientes conclusiones:

El consumo de energía de los locatarios representa el 61%
El consumo de energía del Jockey Plaza representa un 21%
La generación de residuos sólidos representa un 13%
Las emisiones realizadas por los vuelos realizados un 3%
El transporte casa-trabajo un 0.81%

Adicionalmente se obtuvo la primera estrella, otorgada por el MINAM.


PERÚ Ministerio del Ambiente

DIPLOMA
Huella de Carbono Perú

El Ministerio del Ambiente del Perú reconoce que

ADMINISTRADORA JOCKEY PLAZA SHOPPING CENTER SA

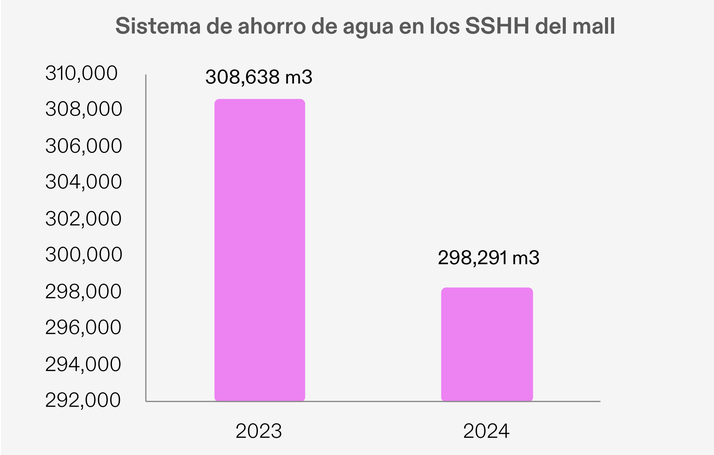
ha implementado el primer nivel de gestión de GEI "**Medición**" para el periodo 2022, utilizando la herramienta Huella de Carbono Perú, considerando como alcance la sede Administradora Jockey Plaza Shopping.

Berioska Quispe Estrada
Directora General de Cambio Climático y Desertificación

Lima, 05 de noviembre de 2024

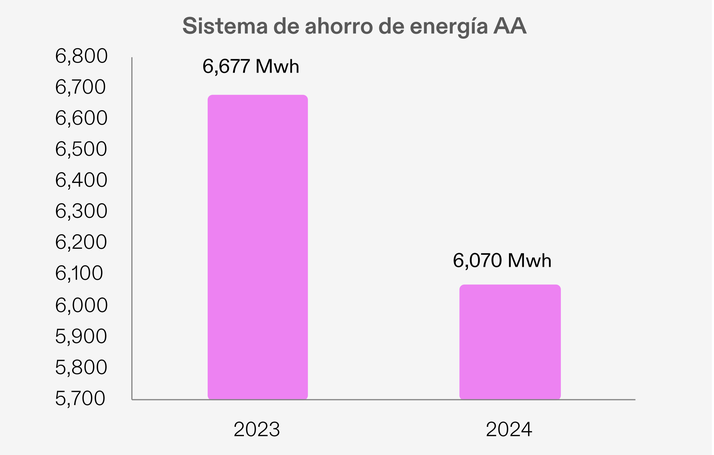
Sistema de Ahorro de Agua en los SS.HH. del Centro Comercial

Se implementó aireadores (reductores de caudal) y grifos con certificación Leed en todos los lavaderos de los baños de clientes. Como consecuencia se tuvo un ahorro de 3.4% de consumo de agua versus el año anterior.



Sistema de Ahorro de Energía AA

Se generó un sistema de ahorro de energía, retrasando los encendidos de los equipos, automatizado la iluminación y adoptando tecnologías como la telemetría. De esta manera se logró ahorrar un 10% en energía de los AA.



Responsabilidad Social Corporativa : **Equipo**

Beca J

Se brindó educación para maestrías, diplomados y cursos de post grado a 13 colaboradores de la organización, como parte del concurso Beca J. En donde como parte del programa de desarrollo, los colaboradores postulan realizando un ensayo e indicando el motivo por el cual desean estudiar y continuar su desarrollo académico y profesional.

Libre

Como parte del programa de Equidad, Diversidad e Inclusión, se relanzó el Comité Libre, trabajando 5 frentes estratégicos bajo el esquema de mesas de trabajo: Neurodiversidad, Diversidad Generacional, Comunidad LGBTIQ+, Equidad de Género y Personas con Discapacidad.

Pasantía J

Se creó el programa de desarrollo Pasantía J, teniendo 5 pasantes en el año, promoviendo los proyectos transversales, desarrollo de nuevas habilidades y conocimientos interáreas; dando como resultado +50% de crecimientos.

Potencia T

En el 2024 como parte del programa Potencia T, 39 colaboradores del equipo fueron promovidos o tuvieron cambios de roles en la organización, potenciando equipos, liderazgos y habilidades. Adicionalmente se realizaron más de 30 capacitaciones programadas.

Líder J

Como parte del Programa Líder J, se realizó un programa de Liderazgo Especializado que comprendió 6 módulos a lo largo de 4 meses. Participaron más de 40 líderes de la organización y se obtuvo una satisfacción del programa mayor al 90%.

Responsabilidad Social Corporativa : **Comunidad**

Locales de Segunda Mano

En línea con la estrategia de sostenibilidad del mall, durante el 2024 se continuó con dos locales comerciales destinados a marcas de moda circular: La tienda Las Traperas y Perpetua. En el tercer trimestre le d imos la bienvenida a Zafiro, un módulo de venta de artículos de lujo de segunda mano, que en conjunto con las otras propuestas buscan hacer crecer el mercado de moda circular con el fin de darle un futuro más sostenible en la industria de retail.

perpetua

ZAFIRO

Jockey University

Se realizaron 5 Jockey University a lo largo del 2024, 2 de los cuales estuvieron enfocados en 100% en Sostenibilidad. Impactamos en más de 100 personas y obteniendo un NPS promedio de 70%.



Conexión J

Es un nuevo programa de capacitación y reconocimiento de personal tercero, transmitiéndoles los valores de la empresa y cómo estos ayudan a reflejar la marca a los visitantes.



Talento Boulevard

Se realizaron 2 sesiones de talento Boulevard, ayudando a más de 50 personas de la zona a seguir capacitándose para seguir desarrollando a la comunidad.



IRbin

Para generar educación ambiental con los consumidores e impactar en el reciclaje del mall, se colocó el robot come botellas IRbin. Con 2 robots operando durante todo el 2024, se lograron reciclar más de 29,000 botellas plásticas y se logró una interacción con más de 13500 clientes.



Talleres Eco Jockey

Como parte de la estrategia para generar consciencia ambiental, se realizaron Talleres para niños, con el objetivo es inspirar conciencia ambiental y empoderar a los más jóvenes para que se conviertan en defensores del planeta.



Campaña contra el Bullying

La Campaña escolar el 2024, fue la Campaña, El Bullyng No se Olvida, la cual tuvo como objetivo generar la modificación de la Ley 29719 contra el Bullying Escolar.
Se creó una web, para poder reportar los casos en SISEVE, una guía para padres y orientación, realizando charlas en colegios y difundiendo infografía asociada a la campaña.



Campaña Feliz Mente

Con el objetivo de generar consciencia sobre la salud mental, se lanzó la campaña “Feliz Mente” junto a Falabella y 3 artistas peruanas; brindando asesoría psicológica gratuita con Mente Bonita a quienes compraron una totebag intervenida. Adicionalmente se realizaron conversatorios para difundir la campaña.



Robot Donador de Juguetes

Se implementó un robot, para que los visitantes del Centro Comercial puedan dejar sus juguetes en desuso y de esta manera, promover la economía circular.



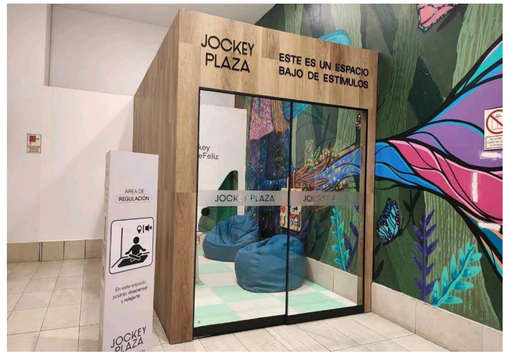
Empaqueta un Sueño

Junto con la ONG Tejiendo Sonrisas, se colocaron dos puntos de envoltura de regalos en la campaña navideña, recaudando más de 10,000 soles para la ONG.



Zona de Autorregulación

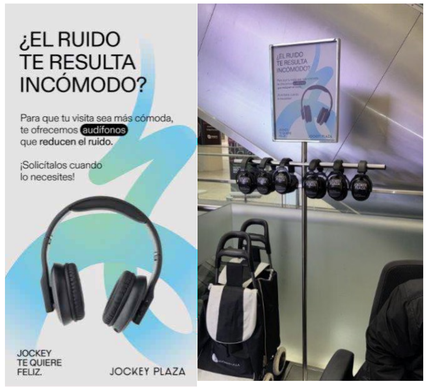
Dentro de las iniciativas para personas neurodivergentes o con desorden de integración sensorial, se creó la zona de autorregulación con una acústica controlada, una iluminación adecuada y colores neutros. El espacio de autorregulación es una pausa dentro del mall, sirve para calmar la sobreestimulación en las personas que son más sensibles a espacios concurridos como es el caso de centros comerciales.



Audífonos en los Módulos de Atención

Como parte del compromiso con la inclusión, se introdujeron audífonos diseñados para personas con sensibilidad auditiva o desorden de integración sensorial.

Se instalaron audífonos aislantes de ruido en los módulos de atención y el Jockey fue el primer mall de la región en tener funciones distendidas con Cinemark; volviendo al mall un lugar que le da la bienvenida a todas las personas.



Campaña con Adultos Mayores

Se contrató adultos mayores como orientadores para la campaña navideña. Esta iniciativa se introdujo para reforzar la empleabilidad y diversidad generacional.



Responsabilidad Social Corporativa : **Confianza**

Trabajo con ONGs

Se trabajó con diversas ONGs, brindándoles puntos corazón y otorgándoles espacios en el Centro Comercial, para apoyarlos en la recaudación y desarrollo de sus proyectos. Las ONG con las que se trabajó fueron: UNICEF, Fundación Peruana de Cáncer, Magia, Teletón, Operación Sonrisa y Campañas de donación de Sangre, Presente, Caritas, Aldeas Infantiles, World Vision Perú, Ayuda en acción y Enseña Perú.

Sernanp

Se instaló módulos de recaudación en nuestros espacios con el objetivo de proteger las Áreas Naturales Protegidas por el Estado, comprometidos con la conservación del patrimonio natural.
Asimismo, junto con el Parque Nacional Tingo María - SERNANP a través de la campaña “Felicidad que regresa”, se instaló un espacio instagrameable, llamado “El nido de Paucar” con el fin de generar consciencia y seguir preservando los espacios naturales del Perú.



Certificación Yapaykuy

Junto con la Certificadora Yapaykuy nos certificamos como mall inclusivo, capacitando a más de 35 líderes de la empresa y trabajadores terceros.



Voluntariado con Make a Wish

Se participó por primera vez de Make a Wish logrando cumplir el deseo de Matteo. Mediante el programa Run for Wishes, donde colaboradores, familiares y amigos, nos unimos para recaudar la donación que permitió a Matteo lograr su sueño.



Voluntariado Voz Animal

Los voluntarios J visitaron el albergue Voz Animal, cuidaron y pasearon a los perros y gatos que esperan un hogar. Además, ayudaron en el cuidado de las instalaciones, limpiando las jaulas y asegurándose de que todos los animales tuvieran un ambiente más cómodo. Asimismo, se organizaron dos fechas de adopción en el Centro Comercial.



Voluntariado Juguete Pendiente

Los voluntarios J visitaron el Instituto Nacional de Salud del Niño, para compartir una tarde con los niños, generando experiencias con los más pequeños.



Firma Pride Connection Perú

Por cuarto año consecutivo se firmó la declaración de compromisos Pride Connection, donde reafirmamos el compromiso con la equidad, diversidad e inclusión.



Certificación Aequales

El Centro Comercial fue reconocido por obtener la certificación Aequales. La cual reconoce a las empresas por sus buenas practicas en equidad, diversidad e inclusión.



05.

GOBIERNO CORPORATIVO

5.1.
Detalle sobre Acciones que se toman Respecto al Buen Gobierno Corporativo

5.1. Detalle sobre Acciones que se toman Respecto al Buen Gobierno Corporativo

El Jockey Plaza aspira a seguir impulsando la confianza lograda con los distintos stakeholders, a través de una gestión y comunicación abierta, fluida y transparente. Desde hace varios años viene fortaleciendo el buen gobierno corporativo, asegurando una operación sostenible y que genere valor y bienestar en todas sus relaciones.

Parte de la filosofía de la Compañía se basa en un adecuado manejo de la Responsabilidad Social Empresarial como una ventaja competitiva.

La Compañía ha desarrollado un Código de Ética, el cual refleja el “Alma Jockey” y las aspiraciones de cada uno de los que forman parte de la Compañía. El Código de Ética es la guía que orienta la forma de actuar en materia de convivencia y relaciones internas, así como con clientes, proveedores y la sociedad.

Encauza en una conducta justa y honesta, sin dejar de lado la identidad y el criterio de cada colaborador, fortaleciendo día a día las buenas prácticas que contribuyen al buen gobierno corporativo de la Compañía.

Se cree firmemente en que trabajar en una Compañía que goza de una buena reputación y valores enraizados fuertemente en su gente, se vuelve un orgullo y motivo de satisfacción permanente, por lo cual todos los colaboradores basan sus decisiones y se alinean a lo que es la Compañía, orientados a cumplir con la Visión y Misión practicando permanentemente los valores institucionales.





5.1. Detalle sobre Acciones que se toman Respecto al Buen Gobierno Corporativo

5.1.1. Gestión De Procesos

La Compañía cuenta con procesos de mejora continua e implementaciones de Seguridad de la Información, Ley de Protección de Datos Personales, Continuidad Operativa, Atención de reclamos de manera eficiente, practicando la cultura de la innovación.

5.1.2. Gestión De Personas

La Compañía cumple con las normativas relacionadas a la gestión de personas respetando como principio básico los derechos humanos, la diversidad y la no discriminación. Se brindan capacitaciones y se promueve la seguridad y salud ocupacional. Se fomenta el adecuado equilibrio de los colaboradores respecto a la conciliación de su vida familiar, personal y laboral, preocupándose por contar con un adecuado clima laboral y satisfacción en el trabajo.

5.1.3. Gestión De Proveedores

La Compañía cuenta con una política de homologación de proveedores, en donde se verifica las buenas prácticas y se fomenta la compra de productos o insumos que desarrollen soluciones ecológicas o de reducción de desperdicios de empaques. Se previenen los actos de corrupción en las compras mediante una correcta selección, evaluación y asociación con los abastecedores. Además, se fomentan las compras responsables (aspectos éticos, laborales, sociales, ambientales).

5.1.4. Gestión De Clientes

La Compañía basa sus actividades en los principios de los derechos de los consumidores, como su derecho a elegir (acceso a variedad de productos competitivos y a precios razonables) a la seguridad, a ser correctamente informado, a ser escuchado (atención al cliente) y, de corresponder, a la compensación mediante la contratación de seguros para accidentes personales. La promoción y publicidad es transparente y ética y se practica el comercio justo.

5.1.5. Gestión De La Comunidad

La Compañía se preocupa permanentemente en los diferentes tipos de comunidades con las que se relaciona, según su ubicación geográfica (por su tamaño, no solo se limita al distrito o ciudad si no al país) o grupos de interés (comunidad profesional, comunidad virtual, de investigación).

Dentro de los procesos internos se analiza permanentemente el impacto social de las acciones y decisiones de la Compañía. Se busca la participación de los colaboradores para contribuir con la prevención de la contaminación, cuidado ambiental y uso sostenible de recursos (gestión de residuos, proyectos por ejecutar de reciclaje de agua, uso y disposición de productos químicos tóxicos y peligrosos, apoyo a acciones conjuntas con policía y bomberos, así como eficiencia en el uso de materiales).

JOCKEY PLAZA

2024 MEMORIA ANUAL